第一图书网, tushu007.com

<<旅行社经营管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营管理>>

13位ISBN编号：9787561834985

10位ISBN编号：7561834985

出版时间：2010-7

出版时间：天津大学出版社

作者：陈春梅 编

页数：210

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

伴随着经济全球化、技术现代化和文化多元化的历史进程，大众旅游呈现出强劲的发展态势，促使旅游业成为了许多国家和地区的先导产业和支柱产业。
世界旅游组织（WTO）预测：到2020年，全球旅游者将达到160亿人次，其中国际旅游者将达到16亿人次。
大众化旅游时代的到来，使旅游成为人类社会的一种重要的生活方式，旅游经济成为全球经济中的朝阳产业，生机勃勃的大众旅游展示着现代旅游业的光明前景。
改革开放以来，我国的旅行社行业经历了30多年的发展，已经成为我国旅游业中一个举足轻重的产业部门，实现了跨越式发展，完成了从政治型接待事业到服务型经济行业、再到产业化发展的转型升级。
目前，我国旅行社经营的业务已从过去单一的入境旅游扩大到如今的入境旅游、出境旅游和国内旅游，三者形成了并驾齐驱之势。
我国的接待入境旅游者人次和国际旅游收入的排名已进入世界前四位，成为了一个名副其实的世界旅游大国.旅行社行业不仅在满足人们外出旅行、游览的需求方面取得了重要成就，而且还提供了大量的经济收入和就业机会。
我国的旅行社行业为国家的经济建设和人民生活质量的提高作出了重要贡献。
在这种时代背景下，中国迫切需要加快旅游学理论的建设和人才培养的步伐。
因而，高等旅游管理教育必须肩负起这种历史责任和光荣使命。
本书借鉴了国内专家、学者关于旅行社经营管理的最新研究成果，将先进的旅行社经营管理理论介绍给同学们：同时对我国旅行社行业进行了比较深入的实地考察，了解、分析其成功的经验和受到挫折的原因，向同学们作如实的叙述，全面反映旅行社目前的经营和管理状况及所面临的问题，让同学们能够及时了解和掌握行业的动向，学习到旅行社经营管理的最新知识，在毕业后进入旅行社工作时能够迅速适应岗位的需要，成为优秀的旅行社经营管理人才。

内容概要

旅行社经营管理是旅游管理专业的基础课程，也是旅游学的入门学科。
同社会科学中其他学科一样，它以旅行社发展的实践为基础，分析、总结旅行社经营管理的实践经验，从而发现规律。
本书综合运用了企业管理学、旅游市场学、旅游经济学、财务管理学、服务营销学等多门专业知识，并在此基础上进行了现代旅行社综合经营管理体系的研究。
本书在借鉴国外旅行社先进管理经验和对中国旅行社经营实践总结的基础，以旅行社经营管理所涉及的不同层面为切入点，进行深入研究；同时，考虑到旅行社经营管理实践性强的特点，为方便读者理解，在揭示旅行社管理的基本原理时，加入案例分析，力求达到理论与实践的有效结合。
　本书适合作为旅游管理本科专业教材，亦可供旅游管理硕士研究生、旅游管理专科学生、旅行社管理人员参考。

书籍目录

第一章 旅行社概论 第一节 旅行社的产生与发展 第二节 旅行社的性质与职能 第三节 旅行社的分类及基本业务 本章小结第二章 旅行社的设立 第一节 影响旅行社设立的因素 第二节 旅行社设立的程序 第三节 旅行社的组建形式与组织结构 本章小结第三章 旅行社的市场细分与市场定位 第一节 旅行社的市场细分 第二节 旅行社目标市场的选择 第三节 旅行社的市场定位 本章小结第四章 旅行社的产品开发与管理 第一节 旅行社产品的内涵与形态 第二节 影响旅行社产品开发的因素 第三节 旅行社产品开发的基本原则 第四节 旅行社产品的开发过程 第五节 旅行社产品的筛选与管理 本章小结第五章 旅行社的采购管理 第一节 旅行社服务采购概述 第二节 旅行社采购类别与方法 本章小结第六章 旅行社的促销管理 第一节 旅行社促销概述 第二节 旅行社促销实施关键步骤 第三节 旅行社促销方式选择 第四节 旅行社促销管理 本章小结第七章 旅行社的销售管理 第一节 旅行社销售概述 第二节 旅行社产品销售价格的管理 第三节 旅行社销售渠道的管理 第四节 旅行社的售后服务 本章小结第八章 旅行社的实务接待管理 第一节 旅行社的机票业务 第二节 旅行社的计调业务 第三节 外联部的工作 本章小结第九章 旅行社的质量管理 第一节 旅行社质量管理概述 第二节 旅行社的投诉管理 第三节 旅游事故处理与旅游保险的管理 本章小结第十章 旅行社的人力资源管理 第一节 旅行社人力资源管理概述 第二节 旅行社员工的选聘与培训 第三节 旅行社员工的绩效评估 第四节 旅行社员工的激励 本章小结第十一章 旅行社的财务管理 第一节 旅行社财务管理概述 第二节 旅行社的经营核算 第三节 旅行社的资产管理 第四节 旅行社的财务分析 本章小结第十二章 旅行社的发展趋势 第一节 旅行社市场的开放 第二节 旅行社信息技术的应用 第三节 旅行社行业分工体系的调整 第四节 旅行社的跨国经营 本章小结附录 附录一 旅行社条例 附录二 旅行社条例实施细则 附录三 汽车租赁协议书(范本) 附录四 酒店的旅游合作合同 附录五 栾川县重渡沟风景区有限公司与太原旅行社协议书 附录六 旅游合同范本参考文献

章节摘录

2.成长阶段（1918-1945）　　这一阶段是指第一次世界大战后至第二次世界大战结束这一时期。
在这一阶段，旅行社的数量有了较大增加，规模也得以扩大，形成了美国运通公司、英国托马斯。库克父子公司和以比利时为主的铁路卧车公司三个号称“世界旅行社业巨头”的大型旅行社。
旅行社组织的旅游活动范围扩展到欧美以外的亚非国家及拉丁美洲的一些国家和地区，所用的交通工具除了火车、轮船外，还有大型的汽车。
此外，旅行社所经营的旅游产品也从纯观光旅游发展成观光、探险等多种旅游项目。
3.成熟阶段（1945年至今）　　这一阶段是指第二次世界大战结束后，社会化大众旅游需求在世界各地迅速普及的这一时期。
第二次世界大战结束后，随着各国经济的恢复和发展，人们的经济收入，尤其是可自由支配的收入大幅度增加，使他们拥有了前所未有的旅游支付能力。
20世纪60年代以后，西方经济发达的国家和一些经济发展比较迅速的发展中国家和地区普遍实行了带薪假期制度，从而使人们有了更多的闲暇时间，能够进行较长时间的旅游。
另外，科学技术的发展和应用，尤其是交通工具的改善和预订网络的建立，极大地方便了人们外出旅游。
旅游环境的改善，史无前例地刺激了社会化大众旅游需求，而旅游需求的大量产生又反过来拉动了旅行社行业的迅速成长。
在第二次世界大战结束后至20世纪80年代初的几十年里，旅行社的业务经营范围不断扩大，管理水平和服务质量明显提高，产业规模和营业额大幅度增长。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com