

<<旅行社业务与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社业务与管理>>

13位ISBN编号：9787506456340

10位ISBN编号：7506456346

出版时间：2009-7

出版时间：李幼龙 中国纺织出版社 (2009-07出版)

作者：李幼龙 编

页数：289

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>

## &lt;&lt;旅行社业务与管理&gt;&gt;

## 前言

目前,我国旅游业持续以年增两位数的速度发展,外出旅游已经逐渐成为城镇居民的基本需求之一。旅行社是旅游业的三大支柱之一,是旅游活动组织者,在旅游业中处于“龙头地位”。近年来,伴随我国人民生活水平的提高,消费者对旅游服务质量的要求也不断提高,尤其针对旅行社服务质量的投诉不断增多,旅行社应更加注意提高服务水平,以满足消费者的需求。

旅游要发展,人才要先行。

旅行社的运营,更是有人则行,无人则止。

面对前景广阔的中国旅游业,旅行社企业既要快速发展,又要提高综合管理水平,这些都需要大量专业的职业技能型人才,尤其需要在一线直接服务旅游者的专业人才,他们是企业的门面,是企业利润的真正创造者。

对旅行社来说,计调部、外联部、门市部、导游部、票务部人员就是这样的紧缺型人才,解决了这五个部门人员的问题,才能从根本上解决旅行社服务质量问题。

为了适应转型时期旅行社企业对高校人才培养的需求以及旅行社本身管理工作的需要,本书力求生动明了地将旅行社计调部、外联部、门市部、导游部、票务部人员需要掌握的基础知识呈现给读者,并设计了大量案例讨论、实践训练项目供学生开展训练。

此外,在参考了各种规模旅行社管理实务的基础上,本书充分考虑到我国旅行社行业目前“小、散”的现状,力求理论联系实际而又高于实际,注重知识的系统性与全面性、权威性与实用性。

本书既可作为旅游高等职业院校的教学用书,亦可作为旅行社企业的培训参考用书。

另外需要说明的是,中国旅行社企业正处在转型期,管理模式不断创新,为使学生加深对最新管理理念的理解,本书附加了大量的相关资料,教师在引导学生阅读的同时,注意多运用启发式教学手段,引导学生举一反三,培养创新能力。

本书内容包括十章和附录,由来自高职院校和本科学校的教学经验丰富的教师和来自旅行社企业的资深人士共同编写,参加本书编写的有:四川管理职业学院工商旅游系冯云艳(第一章、第五章)、乌鲁木齐职业大学旅游学院刘凤莲(第三章第二至第四节、第四章)、吉林工商学院旅游分院焦爱丽(第二章第一节、第八章)、乌鲁木齐职业大学旅游学院李幼龙(第二章第二节、第六章、第九章第二节、第十章第一节、第十章第三节、附录)、中国劳动关系学院高职学院徐速(第七章第一至第三节)、河北旅游职业学院旅游管理系沈博(第三章第一节、第七章第四节、第十章第二节)、瑞士华腾国际商务旅游有限公司中国区代表李薇(第九章第一节)。

## <<旅行社业务与管理>>

### 内容概要

为了适应转型时期旅行社企业对高校人才培养的需求以及旅行社本身管理工作的需要,《旅行社业务与管理》力求生动明了地将旅行社计调部、外联部、门市部、导游部、票务部人员需要掌握的基础知识呈现给读者,并设计了大量案例讨论、实践训练项目供学生开展训练。

此外,在参考了各种规模旅行社管理实务的基础上,《旅行社业务与管理》充分考虑到我国旅行社行业目前"小、散"的现状,力求理论联系实际而又高于实际,注重知识的系统性与全面性、权威性与实用性。

《旅行社业务与管理》既可作为旅游高等职业院校的教学用书,亦可作为旅行社企业的培训参

## &lt;&lt;旅行社业务与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅行社基础知识第一节 旅行社概述一、旅行社的概念二、旅行社的分类第二节 旅行社的基本业务一、组合产品、设计线路二、促销产品、传递信息三、销售产品、招徕客源四、组织协调、采购服务五、实地接待、提供服务第三节 旅行社行业的发展概况一、世界旅行社行业的发展概况二、中国旅行社行业的发展概况三、中国旅行社行业的发展趋势第二章 旅行社的设立第一节 设立旅行社的程序一、旅行社设立的条件二、旅行社设立的申请程序第二节 设立旅行社的相关决策分析一、影响旅行社设立的因素二、旅行社竞争战略分析三、旅行社选址分析四、旅行社的组织结构设计第三章 旅行社市场分析与产品设计第一节 旅行社市场分析一、旅行社市场细分二、旅行社目标市场选择三、旅行社产品市场定位第二节 旅行社产品概述一、旅行社产品的概念二、旅行社产品的分类与形态三、旅行社产品的生命周期第三节 旅行社产品设计一、旅行社产品设计的决定因素二、旅行社产品设计的内容、要求和创新三、旅行社产品设计的流程第四节 旅行社产品管理一、旅行社产品差别化策略二、旅行社产品创新策略三、旅行社产品品牌化策略第四章 旅行社营销策略与销售技巧第一节 旅行社营销业务概述一、旅行社营销的定义二、旅行社营销业务的工作流程第二节 旅行社促销一、旅行社的促销方式二、旅行社的促销策略三、外联促销计划的制订四、评估促销效果第三节 旅行社产品的定价一、影响旅行社产品价格的因素二、旅行社产品的定价步骤三、旅行社产品的定价策略四、旅行社产品的计价内容和定价方法第四节 旅行社产品的销售一、旅行社产品的销售渠道二、旅行社的销售渠道策略三、客户中间商的选择与管理第五节 旅行社外联业务洽谈一、旅行社外联业务洽谈形式二、旅行社外联业务洽谈技巧三、旅行社外联函电洽谈处理第六节 旅行社门市销售技巧一、旅行社门市业务二、旅行社门市销售业务的程序及技巧三、旅行社门市电话销售技巧第五章 旅行社计调业务第一节 旅行社计调业务概述一、计调业务的职能二、计调业务的特点三、计调业务人员分类及岗位描述第二节 旅行社计调业务内容与流程一、接收接待计划和报价二、对外采购服务三、制订接待计划四、发送计划五、变更接待计划六、落实接待计划七、收款和结算八、业务建档九、业务统计第三节 旅行社计调业务操作与管理一、计调业务的操作模式二、计调人员应具备的素质三、计调业务的管理第六章 旅行社票务管理第一节 旅行社票务管理概述一、旅行社交通服务票证采购工作概述二、旅行社游览娱乐服务票证采购工作概述第二节 旅行社航空票务基础知识一、旅行社航空票务的含义和作用二、航空票务销售代理人的设立三、航空票务销售代理人参加BSP的程序第三节 旅行社航空票务操作一、航空票务销售业务操作程序二、航空票务销售代理人航空售票呼叫中心简介三、不设销售代理人的旅行社航空票务预订工作流程第七章 旅行社接待业务第一节 旅行社接待业务概述一、接待业务的性质及特点二、接待业务的地位及作用第二节 旅行社接待业务流程一、接待业务的内容二、接待业务的流程第三节 旅行社接待业务常见事故处理一、旅游活动计划和日程变更二、旅游者行李出现差错三、旅游者走失四、旅游者患病、死亡五、漏接、错接六、误机(车、船)事故七、旅游安全事故八、其他问题第四节 旅行社接待业务管理一、接待人员的管理二、接待工作的管理第八章 旅行社组团及出境业务第一节 旅行社组团业务管理一、组团产品的设计与开发二、组团业务操作流程第二节 旅行社发团业务管理一、发团管理概述二、接团旅行社的选择三、发团业务操作流程第三节 旅行社出境旅游业务管理一、出境旅游的特点.....第九章 旅行社服务质量与客房关系管理第十章 旅行社职能管理附录参考文献

章节摘录

插图：第一章 旅行社基础知识第一节 旅行社概述旅行社是为人们提供旅行相关服务的专门机构。世界上最早的旅行社产生于19世纪40年代的英国。

而我国最早的旅行社则产生于20世纪20年代的上海。

随着世界范围内旅游业的不断发展和繁荣，旅行社现已发展成为世界旅游业的三大支柱之一，被称为旅游行业的龙头产业。

一、旅行社的概念（一）旅行社的产生作为一项客观存在的人类活动，旅游活动有着悠久的历史。然而作为一种专门为旅游者外出旅行提供相关服务的机构，旅行社的出现距今却只有一个半世纪。旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物。

18世纪中期，英国工业革命不仅提高了生产技术，促使世界经济结构和社会面貌发生巨大变化，还极大地促进了旅游活动的进展以及旅行社的产生。

旅行社产生条件分析见下图。

在这样的背景下，一批具有敏锐信息的先行者首先捕捉到了市场信息，开始创办旅行代理事业。

旅行游览活动在历史上一直是以个人为单位的个体消费活动。

而世界上第一次以一个组织的形式出现，并与运输业直接挂钩而开创旅游业先河的人是英国的托马斯·库克（Thomas Cook）。

他是世界上公认的第一位真正的专职旅行代理商。

## <<旅行社业务与管理>>

### 编辑推荐

为使学生加深对最新管理理念的理解，《旅行社业务与管理》附加了大量的相关资料，教师在引导学生阅读的同时，注意多运用启发式教学手段，引导学生举一反三，培养创新能力。

<<旅行社业务与管理>>

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>