

<<计调部操作实务>>

图书基本信息

书名：<<计调部操作实务>>

13位ISBN编号：9787563713288

10位ISBN编号：756371328X

出版时间：2012-8

出版时间：旅游教育出版社

作者：周晓梅 编

页数：200

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>

<<计调部操作实务>>

内容概要

这本《计调部操作实务》作为“现代旅行社岗位培训丛书”之一，打破了传统的写作模式，紧贴旅行社专业培训市场的需求，按培训重点、专题论述、实操问答、经典案例、实践练习这些模块，组织编写。

内容包括计调部概述、计调部工作的原理和内容、计调部产品设计和行程制定、计调工作的计价和报价、计调部的发团管理等。

<<计调部操作实务>>

书籍目录

第一章 计调部概述

[培训重点]

[专题论述]

一、计调部概述

(一)计调业务的内容及其发展过程

(二)计调部的机构和设置

(三)计调部的职能特点

二、计调部经理的职位的权限

(一)计调部经理的主要职责

(二)计调部经理的权限

(三)计调部经理的素质要求

三、计调人员的主要职责

(一)计调人员的主要职责

(二)计调人员的主要工作

(三)计调人员的素质要求

[实操问答]

[问答1]计调部一味追求高标准的住宿就能满足客人的要求吗？

[问答2]计调部经理能这样袒护其他陪吗？

[问答3]计调部能如此安排其行程吗？

[问答4]计调部经理不应该知道我国主要客源国概况吗？

[问答5]计调人员对入住的饭店不熟悉，会影响带团质量吗？

[问答6]侥幸心理能保证带团质量吗？

[问答7]普通话也会影响团队的运作吗？

[问答8]怎样对待计调人员的流失问题？

[经典案例]

[案例1]计划安排不周，影响游客利益

[案例2]误机，谁的错

[案例3]客人错，还是旅行社错

[实践练习]

第二章 计调部工作的原理和内容

[培训重点]

[专题论述]

一、计调部的重要性

(一)旅行社的产品与市场定位

(二)计调的重要性

二、计调部的特点和作用

(一)旅行社与计调部的关系

<<计调部操作实务>>

(二)旅行社计调部的特点

(三)旅行社计调部的作用

(四)旅行社对计调部的要求

三、旅行部工作的原理和内容

(一)计调工作的基本原理

(二)计调工作的基本内容

[实操问题]

[问答1]计调工作是旅游团的命脉吗？

[问答2]计调部的安排不符合实际需求，导游员怎么办？

[问答3]游客手中的行程怎么与全陪手中的行程不一样？

[问答4]计调部门是如何降低团队成本的？

[问答5]计调部门与团队的结算有关吗？

[问答6]为什么没有竞争到该团队？

[问答7]地接社有如此重要吗？

[问答8]如何对待挑剔的全陪？

[问答9]计调部门也可以满足游客的需求吗？

[问答10]计划书或派遣证没有盖旅行社公章如何处理？

[问答11]门票协议签单没有盖公章是否有效？

[问答12]旅游责任险如何纳入成本？

[问答13]为什么说迪斯尼乐园条款是“霸王条款”呢？

.....

[经典案例]

[实践练习]

第三章 计调部产品设计和行程制定

第四章 计调工作的计价和报价

第五章 计调部的发团管理

第六章 旅行社的接团管理

第七章 计调部业务流程

第八章 计调部的管理

主要参考书目

后记

<<计调部操作实务>>

章节摘录

插图：如果从旅游者的角度来看，旅行社产品，是指旅游者花费了一定的时间、费用和精力所换取的一种旅游经历。

这种经历包括旅游者从离开始发地起始，到旅游结束归来的全过程之中，对所接触的事物、事件和所接受的服务的综合感受。

旅游者用货币换取的不是一件件具体的实物，而是一种经历和体验。

很显然，我们从旅游者角度对旅行社产品所作的界定，主要也是以整体或综合服务产品为基础进行的。

在旅游者需求只限于特定的单项服务情况下，我们从旅游者角度出发理解旅行社产品的概念，也会出现一定的差别。

在旅行社经营实际运行过程中，其提供的产品既包括整体或综合的旅游服务，也包括零散或单项的旅游服务，还包括介于两者之间任意组合的旅游服务。

但是，更多的情况下，旅行社提供给旅游者的是整体的旅游服务和根据旅游者需要不同程度组合的综合旅游服务。

因此，旅行社产品与旅游产品的概念便在很大程度上重合在一起了。

（二）产品设计的原则通过本章第一部分的学习，我们了解到，旅游者是为了娱乐、休闲、求知等目的而外出旅游，而旅行社产品是旅行社为旅游者的旅游活动提供的一系列服务。

这种产品的开发不是凭空想象，而是遵循一定的原则，才会开发出适合旅游者需求的产品。

旅行社产品的形态是多种多样的，但不同形态的产品在其设计过程中，却应遵循基本相同的原则。

1.市场原则旅行社产品开发的目的在于通过产品销售，获得经济利益。

如果旅行社的产品不能满足旅游者的需要，产品就没有销路，旅行社也就无利可图。

市场原则就是要求旅行社在开发新产品前，对市场进行充分的调查研究，预测需求市场的发展趋势和需求数量，分析旅游者的旅游动机。

只有这样，才能针对不同目标市场旅游者的需要，设计出适销对路的产品，最大限度地满足旅游者的需求，提高产品的使用价值。

<<计调部操作实务>>

后记

自1978年至今，我国旅游业的发展空前高涨，有关旅游及旅行社方面的图书出版了许多，可是关于旅行社计调部运作方面的书或培训教材却几乎仍是一个空白。

在这种情况下，旅游教育出版社组织我们编写了这本《计调部操作实务》，作为“现代旅行社岗位培训丛书”之一。

希望并相信该书能够成为读者的朋友，对旅行社从业人员，尤其是计调工作人员有所帮助。

参加本书编写的人员，有在北京长期从事旅行社工作的袁小凡，负责编写第七章、第八章；下面几位作者均有一定的实践经验，且现都在武汉职业技术学院任教：程茜老师负责编写第五章、第六章；雷晶老师与蒋永业老师共同编写第三章；周晓梅老师执笔第一章、第二章、第四章，并负责全书统稿。在这里，特别感谢旅游教育出版社给了我们这次编写、合作的机会，同时，感谢许多旅行社同人的帮助和家人的支持。

由于编写时间仓促、旅行社计调部门方面的参考资料欠缺和自身编写水平的局限，诚请读者批评指导。

。

<<计调部操作实务>>

编辑推荐

《计调部操作实务(第2版)》:注重实操案例教学第一套旅行社的经典培训教材结构新颖编写独特第一本计调部的实用操作手册

<<计调部操作实务>>

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>