

<<旅行社管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社管理>>

13位ISBN编号：9787030297716

10位ISBN编号：7030297717

出版时间：2011-4

出版时间：科学出版社

作者：方增福 编

页数：330

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>

## <<旅行社管理>>

### 内容概要

本书是基于作者多年的旅行社经营管理经验和教学实践心得，并结合我国的旅行社发展趋势编写而成的。

本书以旅行社的基本业务为线索，阐述了旅行社经营管理的理论与实践，内容涉及旅行社各主要业务的运作以及旅行社的经营管理之道；注重把握我国旅行社经营管理的发展脉络，为我国旅行社的发展提供了一些新思路；通过大量的信息与丰富的案例，使读者及时把握旅行社经营管理的最新动态。

第二版修订主要增加了一些与当前旅游业发展息息相关的内容，并在每章后设置了“学生能力培养方案”，以适应教学和实践的新需要。

本书可作为高等院校旅游管理专业及相关专业的教材，也可供旅游职业教育、自学考试以及从事旅游经济、管理研究和实际工作人员参考使用。

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第1章 绪论

## 1.1 旅行社的概念和分类

## 1.1.1 旅行社的概念

## 1.1.2 旅行社的分类

## 1.2 旅行社的产生和发展

## 1.2.1 西方旅行社的产生和发展

## 1.2.2 我国旅行社的产生和发展

## 1.3 旅行社的职能和业务

## 1.3.1 旅行社的职能

## 1.3.2 旅行社的业务

## 案例分析

## 学生能力培养方案

## 思考与练习题

## 第2章 旅行社组织结构

## 2.1 旅行社的设立

## 2.1.1 影响旅行社设立的因素

## 2.1.2 设立旅行社的基本程序

## 2.2 旅行社组织结构设计

## 2.2.1 影响旅行社组织设计的因素

## 2.2.2 旅行社组织的类型

## 2.2.3 旅行社组织的发展趋势

## 2.3 旅行社行业组织

## 2.3.1 旅行社行业组织的性质与功能

## 2.3.2 旅行社行业组织的形式

## 2.3.3 旅行社的社会组织

## 案例分析

## 学生能力培养方案

## 思考与练习题

## 第3章 旅行社产品开发

## 3.1 旅行社产品的概念与特征

## 3.1.1 旅行社产品的概念

## 3.1.2 旅行社产品的特征

## 3.2 旅行社产品的形态

## 3.2.1 旅行代理的方式

## 3.2.2 旅行社的产品组合

## 3.2.3 旅行社产品的形式

## 3.3 旅游线路设计

## 3.3.1 旅游线路的概念

## 3.3.2 研究进展

## 3.3.3 设计模式

## 3.3.4 线路设计原则

## 3.3.5 设计内容

## 3.3.6 精品旅游线路展示

## 案例分析

## 学生能力培养方?

## <<旅行社管理>>

### 思考与练习题

#### 第4章 旅行社营销管理

##### 4.1 旅行社目标市场选择

4.1.1 旅行社目标市场选择的条件

4.1.2 旅行社目标市场选择的模式

4.1.3 选择旅行社目标市场的方法

##### 4.2 旅行社营销渠道管理

4.2.1 旅游产品的营销渠道

4.2.2 旅行社营销渠道策略

4.2.3 旅游中间商的选择与管理

##### 4.3 旅行社产品销售价格管理

4.3.1 影响旅行社产品价格的因素

4.3.2 旅行社产品的定价依据

4.3.3 旅行社价格策略与定价方法

4.3.4 我国国际旅行社的产品销售价格

##### 4.4 旅行社产品的促销管理

4.4.1 旅行社产品促销策略的制定

4.4.2 旅行社促销目标的确定与促销预算

4.4.3 旅行社促销要素组合策略

4.4.4 旅行社促销效果测定

案例分析

学生能力培养方案

思考与练习题

#### 第5章 旅行社采购管理

##### 5.1 概述

5.1.1 旅行社旅游服务采购的概念

5.1.2 旅行社旅游服务采购的任务

##### 5.2 旅行社协作网络与旅游服务采购

5.2.1 建立采购协作网络的重要性

5.2.2 旅行社采购协作网络的建立和旅游服务采购

##### 5.3 旅行社旅游服务采购管理

5.3.1 建立广泛的采购协作网络

5.3.2 正确处理保证供应与降低成本的关系

5.3.3 正确处理集中采购与分散采购的关系

5.3.4 正确处理预订与退订的关系

5.3.5 加强对采购合同的管理

案例分析

学生能力培养方案

思考与练习题

#### 第6章 旅行社接待管理

##### 6.1 旅行社接待工作的特点

##### 6.2 旅行社前台接待工作

6.2.1 前台工作的重要性

6.2.2 前台员工必须拥有的素质

6.2.3 前台的工作流程

##### 6.3 旅行社导游接待工作

6.3.1 导游接待工作程序的特点

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 6.3.2 导游接待工作流程

## 6.4 旅行社散客接待

## 6.4.1 散客的界定

## 6.4.2 散客接待对策与措施

## 6.5 旅行社的售后服务

## 6.5.1 旅行社售后服务的内涵

## 6.5.2 旅行社售后服务的方式

## 6.6 旅行社接待管理

## 6.6.1 旅游接待服务的规范化管理

## 6.6.2 旅行社接待人员管理

## 6.6.3 接待阶段应急突发事件处理

## 案例分析

## 学生能力培养方案,

## 思考与练习

## 第7章 旅行社发团管理

## 7.1 旅行社发团概述

## 7.1.1 发团的含义

## 7.1.2 旅游团队的分类

## 7.2 选择接团社的方法

## 7.2.1 对接团社进行调查

## 7.2.2 接团社应具备的条件

## 7.3 旅行社发团作业流程

## 7.3.1 预报计划

## 7.3.2 书面确认

## 7.3.3 正式计划的发出

## 7.3.4 再确认

## 7.3.5 全陪工作

## 7.3.6 账单审核

## 7.4 旅行社发团管理的其他注意事项

## 7.4.1 提高作业人员的素质

## 7.4.2 发团时要讲究规模效应

## 7.4.3 做好质量反馈工作

## 案例分析

## 学生能力培养方案

## 思考与练习题

## 第8章 旅行社财务管理

## 8.1 旅行社资本金的构成

## 8.2 旅行社的资产管理

## 8.2.1 旅行社流动资产管理

## 8.2.2 旅行社固定资产管理

## 8.3 旅行社成本费用管理

## 8.3.1 旅行社的成本与费用

## 8.3.2 旅行社成本费用的管理

## 8.4 旅行社营业收入与利润管理

## 8.4.1 旅行社营业收入管理

## 8.4.2 旅行社利润管理

## 8.5 旅行社税金核算

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

8.5.1 旅行社所得税的核算

8.5.2 旅行社营业税金及附加的核算

8.6 旅行社的国内结算管理

8.6.1 旅行社的国内结算方式

8.6.2 旅行社的国际结算管理

案例分析

学生能力培养方案

思考与练习题

第9章 旅行社危机管理

9.1 危机管理概述

9.1.1 危机及相关概念

9.1.2 旅游危机管理的途径

9.2 旅行社主要危机类型

9.2.1 产品与价格危机

9.2.2 公共关系危机

9.2.3 人力资源管理危机

9.2.4 财务危机

9.2.5 突发事件危机

9.3 旅行社危机管理的措施

9.3.1 产品与价格危机管理措施

9.3.2 公共关系危机管理措施

9.3.3 人力资源危机管理措施

9.3.4 财务危机管理措施

9.3.5 突发事件危机管理措施

9.4 旅游投诉与管理

9.4.1 旅游投诉的原因

9.4.2 旅游投诉的管理

案例分析

学生能力培养方案

思考与练习题

第10章 旅行社网络化经营

10.1 旅游电子商务概述

10.1.1 旅游电子商务的现状

10.1.2 旅游电子商务的概念与网络基础

10.1.3 旅游电子商务的构成要素与比较优势

10.1.4 旅游电子商务的特征

10.2 旅游网站的发展与经营特征

10.2.1 旅游网站的概念与类别

10.2.2 旅游网站的服务功能

10.2.3 我国旅游网站存在的问题

10.2.4 旅游商务网站的操作流程

10.3 旅行社网络化经营对策

10.3.1 旅行社重视发展旅游电子商务的必然性

10.3.2 网络化环境下的经营对策

案例分析

学生能力培养方案

思考与练习题

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 第11章 我国旅行社经营战略

## 11.1 我国旅行社经营环境分析

## 11.1.1 我国旅行社外部环境分析

## 11.1.2 我国旅行社业内存在的问题

## 11.2 旅行社成功经营要素分析

## 11.2.1 国际大型旅行社成功经营要素分析

## 11.2.2 我国未来大旅行社可能的发展路径

## 11.3 旅行社经营战略

## 11.3.1 国际旅行社发展战略

## 11.3.2 国际旅行社发展战略对我国旅行社业的启发

## ? 11.3.3 新时期我国旅行社的竞争策略

## 案例分析

## 学生能力培养方案

## 思考与练习题

## 第12章 旅行社业发展趋势

## 12.1 世界旅行社业的发展趋势

## 12.1.1 市场规模不断扩大, 区域结构重新调整

## 12.1.2 旅行社的数量增长趋缓, 企业规模不断扩大, 整体素质显著提升

## 12.1.3 旅行社全球化发展, 大公司进行跨国兼并及强强合作

## 12.1.4 信息技术在旅行社业中的迅猛发展

## 12.1.5 旅行社适应游客的个性需求, 不断更新营销策略

## 12.2 中国旅行社业的发展趋?

## 12.2.1 业态结构的合理化——业态创新

## 12.2.2 产品开发的多样化——产品创新

## 12.2.3 企业经营的信息化的——科技创新

## 12.2.4 行业管理和企业管理的法制化和规范化——管理创新

## 案例分析

## 学生能力培养方案

## 思考与练习

## 附录

## 附录1 旅行社条例

## 附录2 旅行社管理条例实施细则

## 附录3 关于实施《旅行社条例》和《旅行社条例实施细则》有关问题的通知

## 附录4 关于旅行社设立分社有关事宜的通知

## 附录5 关于试行旅行社委托代理招徕旅游者业务有关事项的通知

## 附录6 旅行社责任保险管理办法

## 附录7 旅行社服务质量赔偿标准

## 附录8 旅游投诉处理办法

## 附录9 最高人民法院关于审理旅游纠纷案件适用法律若干问题的规定

## 附录10 旅游者安全保障办法(初稿)

## 附录11 旅行社统计调查办法

## 附录12 旅行社公告暂行规定

## 参考文献

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：2) 旅行社取得经营许可满两年，且未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的，可以申请经营出境旅游业务。

申请经营出境旅游业务的，应当向国务院旅游行政主管部门或者其委托的省、自治区、直辖市旅游行政管理部门提出申请，受理申请的旅游行政管理部门应当自受理申请之日起20个工作日内作出许可或者不予许可的决定。

予以许可的，向申请人换发旅行社业务经营许可证，旅行社应当持换发的旅行社业务经营许可证到工商行政管理部门办理变更登记；不予许可的，书面通知申请人并说明理由。

## 3) 分支机构。

旅行社设立分社的，应当持旅行社业务经营许可证副本向分社所在地的工商行政管理部门办理设立登记，并自设立登记之日起3个工作日内向分社所在地的旅游行政管理部门备案。

旅行社分社的设立不受地域限制。

分社的经营范围不得超出设立分社的旅行社的经营范围。

旅行社设立专门招徕旅游者、提供旅游咨询的服务网点应当依法向工商行政管理部门办理设立登记手续，并向所在地的旅游行政管理部门备案。

备案所需材料主要有：设立社的旅行社业务经营许可证副本和企业法人营业执照副本，分社的《营业执照》，分社经理的履历表和身份证明，增存质量保证金的证明文件等。

分社的名称中应当包含设立社名称、分社所在地地名和“分社”或者“分公司”字样。

旅行社设立服务网点的。

服务网点是指旅行社设立的，为旅行社招徕旅游者，并以旅行社的名义与旅游者签订旅游合同的门市部等机构。

设立社设立服务网点的区域范围，应当在设立社所在地的设区的市的行政区划内。

设立社不得在前款规定的区域范围外，设立服务网点。

服务网点应当设在方便旅游者认识和出入的公众场所。

服务网点的名称、标牌应当包括设立社名称、服务网点所在地地名等，不得含有使消费者误解为是旅行社或者分社的内容，也不得作易使消费者误解的简称。

服务网点应当在设立社的经营范围内，招徕旅游者、提供旅游咨询服务。

设立社向服务网点所在地工商行政管理部门办理服务网点设立登记后，应当在3个工作日内，持下列文件向服务网点所在地与工商登记同级的旅游行政管理部门备案。

备案材料主要有：设立社的旅行社业务经营许可证副本和企业法人营业执照副本、服务网点的《营业执照》、服务网点经理的履历表和身份证明等。

没有同级的旅游行政管理部门的，向上一级旅游行政管理部门备案。

设立社应当与分社、服务网点的员工订立劳动合同。

旅行社分社、服务网点应当接受旅行社的统一管理，不得从事招徕、咨询以外的活动。



<<旅行社管理>>

编辑推荐

《旅行社管理(第2版)》：全国高等院校旅游系列规划教材

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>