

<<旅行社经营实务>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营实务>>

13位ISBN编号：9787040282351

10位ISBN编号：7040282356

出版时间：2009-9

出版时间：高等教育出版社

作者：姜锐等著

页数：242

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>

<<旅行社经营实务>>

前言

随着旅游经济的飞速发展，中国旅行社业正面临着前所未有的发展机遇和日趋激烈的竞争环境。因此，开展专业化教育培训，提高旅行社从业人员素质，增强旅行社的综合竞争力，已是当务之急。目前旅游专业的毕业生存在着操作能力不强、敬业精神不足、学习兴趣不浓等问题。有的旅行社宁肯接收没有专业背景但已有相应工作经验的求职者，也不愿接纳旅游专业毕业生。这就产生了旅游人才供应的结构性矛盾，一方面是大量旅行社缺乏专业人才和综合素质好的员工，另一方面是旅游专业毕业生不能顺利就业，无法发挥自己的专业特长。

从学校教育的角度来看，造成这一现象的一个重要原因就是教学中的理论与实践相脱节，教师不了解现今的行业和企业，还在“用昨天的知识，教给今天的学生，去应对明天的挑战”。因此，我们出于提高教学质量的初衷，虚心求教，博采众长，编写了《旅行社经营实务》一书。本教材以旅行社日常业务经营为主线，共分十三章，主要特点有：第一，体例新颖。本书打破了传统的教材模式，紧贴旅行社经营的实际要求，设置了引导案例、专栏介绍、典型案例分析、复习思考题等环节，使每一模块知识化整为零，方便了师生的教学互动。

第二，内容翔实。

鉴于现代旅行社的行业特点，本书由旅游院校教师与旅行社有相关运作经验的专业人士合作完成，他们或拥有扎实的理论功底，或拥有丰富的实践经验，保证了知识的专业性和有效性。

第三，知识实用。

本书专题知识较丰富，特设了引导案例、专栏案例、典型案例分析等模块，并穿插有知识连接及实用图表，为师生提供了专题研讨、模拟演练、领略实战的场景或素材。

本书由钟山职业技术学院姜锐、苏州科技学院邢夫敏和应天职业技术学院姜华担任主编，金肯职业技术学院李玲、苏州工业园区职业技术学院高雯雯、昆山登云科技职业学院李成杰和江苏城市职业学院张惠华任副主编，钟山职业技术学院姜潘惠老师负责教学资源建设。

具体编写者为姜锐（第二、九、十三章）、邢夫敏（第一章）、姜华（第六、十章）、李玲（第七、八章）、高雯雯（第三、四章）、李成杰（第十二章）、张惠华（第十一章），第五章由高雯雯、姜锐编写，全书由姜锐统稿，由三江学院旅游学院康泰教授主审。

<<旅行社经营实务>>

内容概要

《旅行社经营实务》以旅行社日常业务经营为主线，共分十三章，《旅行社经营实务》打破了传统的教材模式，紧贴旅行社经营的实际要求，设置了引导案例、专栏介绍、典型案例分析、复习思考题等环节，使每一模块知识化整为零，方便了师生的教学互动；《旅行社经营实务》专题知识较丰富，特设了引导案例、专栏案例、典型案例分析等模块，并穿插有知识连接及实用图表，为师生提供了专题研讨、模拟演练、领略实战的场景或素材。

<<旅行社经营实务>>

书籍目录

第一章 旅行社基本情况[引导案例]赴台湾旅游“江苏万人团”首发第一节 旅行社的产生与发展第二节 旅行社的职能、分类与设立第三节 旅行社的地位与作用[典型案例分析]复习思考题第二章 中国旅行社业的发展[引导案例]外资旅行社准入本土企业如何做第一节 中国旅行社业现状分析第二节 中国旅行社业的竞争与开放[典型案例分析]复习思考题第三章 计调业务与计调人员[引导案例]“括号的代价”第一节 计调部概述第二节 计调部工作人员的职责与要求[典型案例分析]复习思考题第四章 计调部与计调工作[引导案例]四张火车票第一节 计调部的地位与作用第二节 计调工作的原理和内容[典型案例分析]复习思考题第五章 旅行社发团管理[引导案例]在组团社与地接社之间第一节 发团管理概述第二节 旅行社发团作业流程第三节 计调出境作业流程[典型案例分析]复习思考题第六章 外联业务与外联人员[引导案例]价格标准战略定乾坤第一节 外联部概述第二节 外联部工作人员的职责与要求第三节 外联销售的发展[典型案例分析]复习思考题第七章 外联计价与报价[引导案例]价格营销的诀窍第一节 旅行社产品的价格第二节 外联的计价和报价[典型案例分析]复习思考题第八章 旅游行程和线路设计[引导案例]四晚五日北京一地游行程第一节 旅游线路概述第二节 旅游线路的设计与创新[典型案例分析]复习思考题第九章 门市与门市服务人员[引导案例]ZSC旅行社门市的“愉快体验”第一节 门市概述第二节 门市服务人员的工作观念第三节 门市服务人员的素质要求[典型案例分析]复习思考题第十章 门市环境营造[引导案例]康辉旅行社的“四统一”方针第一节 门市硬环境构建第二节 门市软环境营造[典型案例分析]复习思考题第十一章 门市业务与对客服务[引导案例]如何应对游客的价格质疑第一节 门市业务范畴第二节 门市对客服务程序与要求[典型案例分析]复习思考题第十二章 旅行社产品销售策略[引导案例]旅行社产品的多元销售渠道第一节 旅行社产品销售渠道策略第二节 旅行社产品销售过程和管理第三节 旅行社的促销策略第四节 旅行社的售后服务[典型案例分析]复习思考题第十三章 旅行社综合管理[引导案例]春秋国旅旅行社的风险管理对策第一节 旅行社人力资源管理第二节 旅行社的质量管理第三节 旅行社的风险管理[典型案例分析]复习思考题主要参考文献教学资源索取单

<<旅行社经营实务>>

章节摘录

5.表达上要艺术化 行程的字数仅有几百字,既要准确、具体,还要鲜明、生动、主题明确,不能用一个行程安排所有的客人,更不宜“千篇一律”搞“一贯制”。因为旅游者每一团有每一团的不同,人员组成、兴趣、标准、景点或交通方式等各有不同。虽走同一条旅游线路,但行程却必须有针对性,因而应一团一行程,在文字图片的表达上既要朴素大方,又要流光溢彩,风格可以不同,文字一定要精炼、优雅、动感、时尚,做到“不同凡响,美不胜收”,表达出不同客人的需求和愿望。

综上所述,行程的制定并不是一件简单的工作,其意义重大,要求业务人员在制作行程中体现水平,特色不凡。

就如制作衣服一样,外联工作者就是服装的材料组织者和设计师,需对自己的产品负责,既要在面料上精挑细选,又要适合季节,在颜色、款式上不落俗套,还要严格根据消费者需求及“身材”来“量身定做”。

款式新潮、做工精细,才能出佳品,才会有市场销路,才会受顾客欣赏。

第二节 旅游线路的设计与创新 一、旅游线路的设计 旅游线路是旅行社产品的主要体现形式,是制定行程的前提条件。

设计和推销旅游线路,是外联的首要工作内容。

众所周知,一个产品要有好的销路,首先取决于要有好的产品,而好的产品首先在于好旅游线路的创造和设计。

(一)旅游线路设计的原则 1.以满足游客需求为中心的市场原则 旅游线路设计的关键是适应市场需求,具体而言,就是它必须最大限度地满足旅游者的需求。

旅游者对旅游线路选择的基本出发点是:时间最省,路径最短,价格最低、景点内容最丰富、最有价值。

由于旅游者来自不同的国家和地区,具有不同的身份以及不同的旅游目的,因而,不同的游客群有不同的需求,总的来说分为:观光度假型、娱乐消遣型、文化知识型、商务会议型、探亲访友型、主题旅游型、修学旅游型、医疗保健型。

如每年春秋两季交易会期间,不少外商到广州洽谈生意,平时为了业务也需要到内地旅行,他们的旅行多是出于商务方面的动机。

商旅的特点是消费较高,喜欢住高级套房。

为业务交往需要经常在餐厅宴请宾客。

他们来去匆匆,说走就走。

<<旅行社经营实务>>

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>