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：9787806531150

10位ISBN编号：7806531157

出版时间：2000-1

出版时间：广东旅游出版社

作者：马爱萍

页数：264

字数：195000

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

内容概要

本书笔者集数年的教学与研究积累，翻阅了大量所能收集到的国外相关学术书籍，不断跟踪国内外旅行社发展动态，在本书中引用了旅游发达国家的旅行社运作案例与经验，以起到开拓视野的作用；同时，笔者吸收当代最新管理理论，也介绍了国内一些旅行社在实践中的管理实践。
这本书以引入国外旅行社管理的新视角，本书的目标是提供一种思路，使旅行社经理更加优秀，因为，目前旅行社最缺的是对市场动作规律、企业管理规律有深刻认识的领军人物。

作者简介

马爱萍，生于1963年。
1985年获西北大学旅游经济学士学位。
1987年留学欧洲，获奥地利萨尔斯堡饭店与旅游管理学院旅游管理专业优秀文凭。
曾先后在北大、清华、人大进修学习并即将获得人大经济学硕士学位。

现为北京第二外国语学院旅游管理学院副教授。
长期从事旅行社经营管理的教学工作。
现致力于旅游、管理、企业战略、旅游文化、旅游产品以及导游艺术方面的研究。

发表有《信息时代旅行社的战略管理思考》等论文多篇。

书籍目录

概述 一 旅游批发商与零售商的区别 二 中外旅行社产生与发展现状 三 旅行社的业务特点 四 旅行社的经营与管理第一部 业务运作篇——旅行社作业管理 第一章 进入旅行业方式的选择　一 开设新旅行社　二 购买现存的旅行社　三 采用特许形式 第二章 团队业务　一 团队旅游的运作（国外情况）　二 案例：伦敦/巴黎游（从美国出发）——日程、条款与做价 第三章 散客业务与商务旅行管理业务　一 散客业务　二 商务旅行管理 第四章 导游业务　一 导游员与传播、沟通关系的研究　二 对导游员的管理　三 导游员对工作的管理　四 导游员服务风格探讨第二部 市场开拓篇——旅行社营销管理 第一章 市场战略的STP理论　一 市场细分　二 目标市场　三 定位 第二章 市场策略理论　一 市场组合　二 销售术——零售旅行社的销售技巧 第三章 市场价值理论　一 品牌　二 服务——公司的目标是：不断提高传递给顾客的服务品质　三 过程第三部 旅行社财务管理第四部 企业管理体制篇第五部 战略篇——旅行社战略管理第六部 示来发展趋势篇附录 旅行社法规参考书目后记

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