

# 《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：9787308089159

10位ISBN编号：7308089150

出版时间：2011-6

出版社：浙江大学出版社

作者：徐云松

页数：244

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《旅行社经营管理》

## 内容概要

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材:旅行社经营管理(第2版)》共分十章,从旅行社的产生和发展出发,阐述了旅行社的性质、地位和作用,旅行社的职能、业务与分类,并重点介绍了旅行社的组织管理和经营计划,市场细分和定位,产品的开发设计、定价、促销和销售,采购业务,接待业务,客户管理和质量管理,财务管理,电子商务等。内容丰富,实用性强。

## 书籍目录

### 第一章 概述

#### 第一节 旅行社的产生与发展

- 一、旅行社的产生背景
- 二、国外旅行社的发展
- 三、中国旅行社的产生背景
- 四、中国旅行社的四个发展时期
- 五、西方国家旅行社的发展现状
- 六、中国旅行社的发展现状

#### 第二节 旅行社的性质、地位和作用

- 一、旅行社的性质
- 二、旅行社在旅游业中的地位
- 三、旅行社的作用

#### 第三节 旅行社的设立

- 一、影响旅行社设立的因素
- 二、设立旅行社的基本程序

#### 第四节 旅行社的职能、业务和分类

- 一、旅行社的职能
- 二、旅行社的基本业务
- 三、旅行社的分类

#### 本章小结

### 第二章 旅行社的组织管理和经营计划

#### 第一节 旅行社企业的组织设计

- 一、旅行社企业的组织结构
- 二、旅行社组织设计现状分析
- 三、旅行社企业组织再造工程的战略创新
- 四、旅行社企业的虚拟经营趋势

#### 第二节 旅行社企业的制度管理

- 一、旅行社企业的基本制度
- 二、员工的管理
- 三、旅行社企业各部门的职责
- 四、旅游集团的管理

#### 第三节 旅行社企业的经营计划

- 一、旅行社经营计划的意义
- 二、旅行社经营计划的内容
- 三、旅行社经营计划的执行
- 四、旅行社经营计划的控制
- 五、旅行社经营计划的调整

#### 本章小结

### 第三章 旅行社的市场细分和定位

#### 第一节 旅行社市场细分

- 一、市场细分
- 二、旅行社市场细分的概念
- 三、旅行社市场细分的作用
- 四、旅行社市场细分的原则
- 五、旅行社市场细分的方法
- 六、旅行社市场细分的标准

#### 第二节 旅行社目标市场的选择

- 一、目标市场的含义
- 二、旅行社目标市场选择的原则
- 三、旅行社目标市场选择的模式
- 四、旅行社目标市场的营销策略

## 第三节 旅行社市场定位

- 一、市场定位
- 二、旅行社市场定位的含义
- 三、旅行社市场定位的作用
- 四、旅行社市场定位的方法
- 五、旅行社市场定位的重点
- 六、旅行社市场定位的步骤
- 七、旅行社市场定位的策略

### 本章小结

## 第四章 旅行社产品的开发设计

### 第一节 旅行社产品的特征和分类

- 一、旅行社产品的内涵
- 二、旅行社产品的特征
- 三、旅行社产品的分类
- 四、旅游线路

### 第二节 旅行社新产品的开发设计

- 一、旅行社新产品的类型
- 二、旅行社产品的设计人员
- 三、旅行社产品设计原则
- 四、旅行社现有产品的筛选

### 第三节 旅行社新产品开发过程

- 一、产品策划阶段
- 二、产品制作阶段
- 三、市场试销阶段

### 本章小结

## 第五章 旅行社的采购业务

### 第一节 旅行社采购概述

- 一、旅行社采购的概念
- 二、旅游服务采购的原则
- 三、旅游服务采购的策略

### 第二节 旅行社采购的内容

- 一、交通服务
- 二、住宿服务
- 三、餐饮服务
- 四、游览景点和参观单位服务
- 五、购物和娱乐服务
- 六、地接服务

### 第三节 旅行社采购业务管理

### 本章小结

## 第六章 旅行社产品的定价、促销和销售

### 第一节 旅行社产品价格

- 一、旅行社产品价格制定的原则
- 二、旅行社经营目标对产品价格制定的影响
- 三、定价策略的选择
- 四、旅行社新产品的定价策略

## 五、旅行社产品定价的方法

### 第二节 旅行社产品的促销方法

#### 一、旅行社广告促销

#### 二、旅行社人员推销

#### 三、旅行社公共关系

#### 四、旅行社销售促进

### 第三节 旅行社产品的销售渠道

#### 一、旅行社产品销售渠道的类型

#### 二、旅行社销售渠道的选择

#### 三、旅游中间商的选择和分销策略

#### 四、旅游中间商的管理

#### 本章小结

## 第七章 旅行社的接待业务

### 第一节 旅行社接待业务概述

#### 一、旅行社接待业务的内涵

#### 二、旅行社接待业务的特点

### 第二节 团体旅游接待业务

#### 一、旅游接待团队的分类

#### 二、团体旅游接待过程

#### 三、旅游接待计划的变更

#### 四、旅游团行李的交接

### 第三节 散客旅游接待业务

#### 一、散客旅游的特点

#### 二、散客旅游接待程序

#### 本章小结

## 第八章 旅行社的客户管理和质量管理

### 第一节 客户管理与维护

#### 一、客户管理的含义

#### 二、旅行社的客户管理

#### 三、数据仓库和客户管理流程

### 第二节 旅行社的售后服务

#### 一、旅行社售后服务的内涵

#### 二、顾客关系生命周期

#### 三、旅行社售后服务与长期顾客关系

### 第三节 旅行社的服务质量监控

#### 一、旅行社服务质量的内容

#### 二、旅行社服务质量管理的意义

#### 三、旅行社服务质量的评价标准

#### 四、旅行社质量管理的内涵与实施

### 第四节 旅游投诉的处理

#### 一、旅游投诉的范围和类型

#### 二、旅游投诉的处理

#### 本章小结

## 第九章 旅行社财务管理

### 第一节 旅行社财务管理概述

#### 一、旅行社财务管理的目标

#### 二、旅行社财务管理的内容

#### 三、建立完善的旅行社财务管理系统

### 第二节 旅行社筹资管理

一、普通股筹资

二、负债筹资

三、资本成本

第三节 旅行社的资产管理

一、流动资产的管理

二、固定资产的管理

第四节 旅行社的业务核算与损益管理

一、旅行社的业务核算

二、旅行社的业务结算

三、旅行社成本费用管理

四、旅行社营业收入与利润管理

第五节 旅行社的财务报告分析

一、旅行社财务报告分析的目的

二、基本的财务比率

本章小结

第十章 旅行社和电子商务

第一节 旅游电子商务综述

一、电子商务和旅游电子商务

二、旅游电子商务的主要功能

三、旅游电子商务的应用领域

第二节 旅行社电子商务

一、信息化时代我国旅行社与电子商务

二、旅行社电子商务体系的基本组成

三、旅行社电子商务的设计与实施

第三节 旅游电子商务经典案例

本章小结

后记



# 《旅行社经营管理》

## 编辑推荐

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材:旅行社经营管理(第2版)》为“21世纪旅游管理学精品教材”中的一本。《普通高等教育“十一五”国家级规划教材:旅行社经营管理(第2版)》为作为旅游管理专业的教材,也可作为旅行社从业人员的培训教材。



# 《旅行社经营管理》

## 精彩短评

- 1、里面的内容详细的介绍了旅行社的发展史，以中外两种旅行社进行对比的学习，感觉还是挺不错的！
- 2、买这本书的出发点是为了考试，书的质量不错，发货也挺快的，一直看好当当网的啦，希望看完这本书真的有用！

# 《旅行社经营管理》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)