



教育部职业教育与成人教育司推荐教材

(五年制) 高等职业教育旅游(旅行社)服务与管理专业教学用书

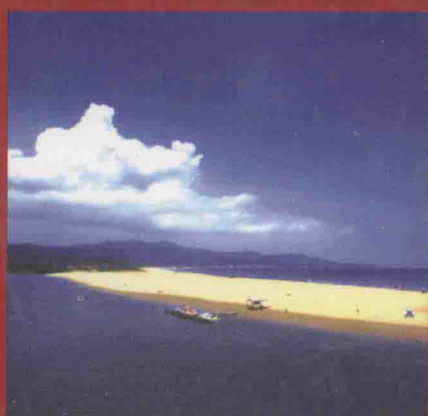
旅行社经营管理

LÜXINGSHE JINGYING GUANLI

(第2版)

国家旅游局人事劳动教育司推荐教材

MANAGEMENT



戴 斌/主编

Lüxingshe Jingying Guanli

旅游教育出版社

教育部职业教育与成人
国家旅游局人事劳动教育
(五年制)高等职业教育旅游(旅行社)

旅行社经营管理

戴斌 主编

江苏工业学院图书馆
藏书章

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:魏志国

图书在版编目(CIP)数据

旅行社经营管理/戴斌主编. —北京:旅游教育出版社,2003.7

ISBN 7-5637-1109-0

I.旅… II.戴… III.旅行社—企业管理 IV.F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 047654 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材

国家旅游局人事劳动教育司推荐教材

(五年制)高等职业教育旅游(旅行社)服务与管理专业教学用书

旅行社经营管理

(第2版)

戴斌 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepfx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	19.25
字 数	302千字
版 次	2005年8月第2版
印 次	2005年8月第1次印刷
印 数	5000册
定 价	25.00元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

审定专家

李 红

王 琦

出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高等职业教育要求和旅游行业的特点,精心编写出版了这套旅游高等职业教育系列教材。该系列教材在编写中,充分注意高等职业教育的特点,使其既有一定的理论深度,又充分注意学生实际职业能力的培养,确保该教材既高于同类中专教材,又不同于一般本科教材,符合旅游高等职业教育的教学要求和人才培养目标。该系列教材自2000年7月出版以来,以其准确的定位和科学的编排受到广大师生的普遍好评,成为业内影响最广,备受欢迎的专业化教材。

此次再版,在充分听取广大读者意见的基础上,根据国家最新的职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并在杜江等业内专家主持下,确定了修订原则和修订方案,目的是在保持原教材特色的基础上,进一步完善该系列教材,使其更加贴近教学实际。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了课前导读、教学目标、案例分析、本章小结等模块,旨在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材在编排上主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了入世后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个矛盾很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本教材的权威性和专业性。我们深信:只有专业的,才是最好的!

贴近教学的全新编排。增课前导读,帮助读者更好地理解各章内容;拟教学目标,帮助教师更好地与学生沟通;补有用信息,案例分析、思考与练习,让学生尽快

消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

为深入贯彻《中共中央国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》中关于职业教育课程和教材建设的总体要求,进一步落实教育部等七部门《关于进一步加强职业教育工作的若干意见》,全面实施教育部《2003—2007年教育振兴行动计划》,按照教育部职业教育与成人教育司《关于制定2004—2007年职业教育教材开发编写计划》通知精神,我社对《旅游高等职业教育系列教材》进行了重新梳理,并向教育部职业教育与成人教育司申报了《2004—2007年职业教育教材开发编写计划》,旨在积极推进教材改革,开发和编写具有职业教育特色的高等职业教育教材。

申报教材将以学生为中心、以能力为本位、以就业为导向,全面推进素质教育,重点培养学生的职业能力、社会适应能力和主动获取知识的能力,为旅游业的繁荣和发展输送学以致用、爱岗敬业、脚踏实地的高技能人才。

申报教材将更加充分体现如下职业教育理念:

1. 职业教育性。渗透职业道德和职业意识教育;体现就业导向,有助于学生树立正确的择业观;培养学生爱岗敬业、团队精神和创业精神;树立安全意识和环保意识。

2. 内容先进性。注意用新观点、新思想来审视、阐述经典内容;适应经济社会发展和科技进步的需要,及时更新教学内容,反映新知识、新技术、新工艺、新方法。

3. 教学适用性。教学内容符合专业培养目标和课程教学基本要求;取材合理,分量合适,符合“少而精”原则;深浅适度,符合学生的实际水平;与相邻课程相互衔接,避免不必要的交叉重复。

4. 知识实用性。体现以职业能力为本位,以应用为核心,以“必需、够用”为度;紧密联系生活、生产实际;加强教学针对性,与相应的职业资格标准相互衔接。

5. 结构合理性。教材的体系设计合理,循序渐进,符合学生心理特征和认知、技能养成规律;结构、体例新颖,有利于体现教师的主导性和学生的主体性;适应先进的教学方法和手段的运用。

6. 使用灵活性。体现教学内容弹性化,教学要求层次化,教材结构模块化;有利于按需施教,因材施教。

目前,《旅游高等职业教育系列教材》已列入教育部职成司《2004—2007年职业教育教材开发编写计划目录》,并成为教育部职业教育与成人教育司推荐教材,实现了行业教育与职业教育的平稳对接。

作为全国唯一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们有责任把最专业权威的教材奉献给广大读者,这也是我社教材受到广大读者认可的重要原因。

新版高职教材即将面市,我们想借这套教材的出版,探索一种全新的教材编写、出版模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

(五年制)高等职业教育旅游(旅行社)服务与管理专业 教学用书

旅行社经营管理	旅行社财务管理
旅行社市场营销	模拟导游
导游业务	导游口语技巧
导游英语	旅游保健
旅游电子商务	旅游文学作品欣赏
中国旅游地理	中国旅游客源国概况
旅游规划概论	旅游资源开发与规划
中国古代建筑与园林	中国古建筑文化
中外民族民俗	中国饮食文化
中国旅游历史文化	旅游经济常识
旅游美学常识	

(五年制)高等职业教育旅游景区服务与管理专业教学 用书

旅游景区景点管理	旅游景区/点开发
旅游景区/点市场营销	旅游景区开发与经营经典案例
旅游景区服务与管理	旅游景观鉴赏
景点园艺知识	

(五年制)高等职业教育会展服务与管理专业教学用书

会展概论	会展策划与管理
会展营销	会展设计与布置
会展服务	会展英语

教育部职业教育与成人教育司推荐教材 国家旅游局人事劳动教育司推荐教材

(五年制)高等职业教育旅游专业教学用书

旅游职业道德	旅游概论
旅游心理学	旅游社交礼仪
旅游法规与实务	旅游市场营销
旅游企业公共关系	旅游电子商务
旅游应用文	旅游宗教文化
中国风物特产与饮食	旅游英语(上、下)
普通话	

(五年制)高等职业教育饭店服务与管理专业教学用书

饭店管理概论	前厅部运行与管理
客房部运行与管理	餐饮部运行与管理
饭店前厅管理	饭店客房管理
饭店餐饮管理	康乐服务与管理
酒水经营与管理	饭店人力资源管理
饭店财务管理	饭店工程管理
饭店英语	

目 录

第1章 导论	(1)
课前导读	(1)
教学目标	(1)
第一节 旅游产业	(1)
一、旅游的定义与概念	(1)
二、旅游产业的范畴与特征	(2)
第二节 旅行社企业	(3)
一、旅行社的基本概念	(4)
二、旅行社的基本业务	(6)
三、旅行社的性质及其基本职能	(7)
第三节 旅行社管理体系	(9)
一、旅行社管理的概念	(9)
二、旅行社管理的要素	(10)
三、旅行社管理体系	(10)
四、旅行社管理的方法	(13)
本章小结	(16)
复习思考题	(16)
第2章 旅行社的设立	(17)
课前导读	(17)
教学目标	(17)
第一节 旅行社的组建形式和设立条件	(17)
一、我国旅行社的组建形式	(17)
二、设立旅行社的条件	(19)
三、旅行社设立的管理部门	(21)
四、分支机构、外国旅行社常驻机构及合资旅行社的设立	(21)
第二节 设立旅行社的申请文件	(23)

一、旅行社设立申请文件的内容和要求	(23)
二、外国旅行社常驻机构及外资旅行社设立的申请文件	(28)
第三节 旅行社的审批、注册、中止和变更	(29)
一、审批程序	(29)
二、办理注册登记	(31)
三、办理税务登记	(31)
四、旅行社的变更和终止	(31)
第四节 旅行社的行业组织	(33)
一、旅行社行业组织的性质与功能	(33)
二、我国的旅行社行业组织	(33)
本章小结	(35)
复习思考题	(35)
第3章 旅行社市场调研与旅游产品设计	(36)
课前导读	(36)
教学目标	(36)
第一节 市场调研目标与方法	(36)
一、什么是旅游市场调研	(36)
二、旅游市场调研的目标	(37)
三、旅游市场调研的方法与技术	(39)
第二节 旅游产品的设计目标与程序	(45)
一、什么是旅游产品设计	(45)
二、旅行社产品设计的决定因素	(45)
三、旅行社产品设计的原则	(46)
四、旅行社产品设计的程序	(48)
五、旅行社产品的品牌设计	(50)
第三节 旅行社产品创新	(52)
一、旅游产品的生命周期	(52)
二、旅游产品的创新	(53)
本章小结	(56)
复习思考题	(57)
第4章 旅行社营销管理	(58)
课前导读	(58)
教学目标	(58)

第一节 营销组合在旅行社中的运用	(58)
一、旅游市场营销组合	(58)
二、旅游市场营销的特点	(60)
三、旅行社业的产品决策	(61)
四、旅行社产品的价格决策	(62)
五、旅行社产品的销售渠道决策	(67)
六、旅行社产品的促销策略	(71)
第二节 企业形象与公共关系管理	(76)
一、旅行社公共关系的定义、特点和作用	(77)
二、旅行社公关活动	(79)
第三节 旅行社市场拓展	(80)
本章小结	(82)
复习思考题	(82)
第5章 旅行社服务管理	(83)
课前导读	(83)
教学目标	(83)
第一节 入境旅游服务	(83)
一、入境旅游服务管理程序	(83)
二、全陪导游服务程序	(86)
三、地陪导游服务程序	(90)
第二节 出境旅游服务	(99)
一、出境旅游服务管理程序	(100)
二、领队的出境旅游服务程序	(102)
第三节 国内旅游服务	(107)
一、散客旅游服务规范	(108)
二、旅行社加强散客旅游服务的措施	(108)
第四节 旅行社的行李及其他后勤服务	(109)
一、旅行社的行李服务	(109)
二、后勤保障服务	(110)
本章小结	(113)
复习思考题	(113)
第6章 旅行社内部作业管理	(114)
课前导读	(114)

教学目标	(114)
第一节 旅行社计调业务运作与管理	(114)
一、计调业务概述	(114)
二、计调业务人员工作职责与素质要求	(121)
三、旅行社计调人员的采购职责及其方式	(124)
四、组团社计调人员对地接社和导游员的选择	(125)
五、接待计划的制订	(126)
第二节 旅行社协作网络运作与管理	(132)
一、旅行社与交通部门的合作	(132)
二、旅行社与住宿部门的合作	(134)
三、旅行社与餐饮部门的合作	(136)
四、旅行社与出租汽车公司的合作	(138)
五、旅行社与游览部门的合作	(139)
六、旅行社与购物商店的合作	(140)
七、旅行社与保险公司的合作	(140)
八、旅行社与娱乐部门的合作	(141)
九、旅行社与参观部门的合作	(142)
十、旅行社与公安、海关的合作	(143)
十一、旅行社与相关旅行社的合作	(143)
第三节 旅行社客户关系管理	(144)
一、旅游产品销售渠道的种类	(144)
二、与客户谈判	(144)
三、与客户签订书面协议	(147)
四、旅行社客户管理	(149)
本章小结	(154)
复习思考题	(154)
第7章 旅行社信息与网络技术管理	(155)
课导读	(155)
教学目标	(155)
第一节 旅行社信息与网络技术管理目标	(155)
一、旅行社信息与网络技术应用的基础	(155)
二、国外旅行社应用计算机信息与网络技术的现状	(157)
三、中国旅行社计算机信息与网络技术应用现状及存在问题	(158)

第二节 旅行社信息与网络技术应用体系	(160)
一、利用内部信息网络技术加强旅行社的经营	(160)
二、利用外部信息网络技术加强旅行社的经营	(161)
第三节 信息与网络技术应用对旅行社的影响及其发展前景	(164)
一、信息与网络技术应用对旅行社的影响	(164)
二、未来我国旅行社应用计算机网络的前景分析	(166)
三、个案研究——RT 的启示	(167)
本章小结	(172)
复习思考题	(173)
第 8 章 旅行社财务管理	(174)
课前导读	(174)
教学目标	(174)
第一节 旅行社财务管理目标	(174)
一、企业财务管理目标	(174)
二、财务管理的具体目标	(176)
三、影响企业管理目标实现的因素	(176)
第二节 旅行社财务管理工具	(178)
一、财务管理的基本环节	(178)
二、财务管理的方法	(179)
三、财务分析	(179)
四、经济效益分析	(182)
第三节 旅行社风险管理	(190)
一、风险及其衡量	(191)
二、风险和报酬的关系	(192)
本章小结	(193)
复习思考题	(194)
第 9 章 旅行社组织管理	(195)
课前导读	(195)
教学目标	(195)
第一节 旅行社组织设计	(195)
一、影响旅行社组织设计的因素	(195)
二、旅行社组织机构的设计	(197)
三、我国旅行社的组织管理	(200)

第二节 旅行社的人力资源管理	(202)
一、旅行社人力资源管理的特点	(202)
二、旅行社员工的招聘	(202)
三、旅行社人员培训	(203)
四、旅行社员工的绩效评估	(204)
五、旅行社员工的激励	(205)
六、旅行社重点岗位的人力资源管理	(205)
第三节 旅行社的企业文化建设	(207)
一、旅行社企业文化的构成要素	(207)
二、旅行社企业文化建设的作用	(208)
三、建立旅行社企业文化的途径	(210)
本章小结	(213)
复习思考题	(213)
第10章 旅行社的法律与合同关系管理	(214)
课前导读	(214)
教学目标	(214)
第一节 旅游活动中的法律关系与法律主体	(214)
一、旅游法律关系的含义和特征	(214)
二、旅游法律关系的法律主体	(215)
三、旅游业发展中的法律关系	(216)
四、旅游法律关系的确立	(217)
五、旅游法律关系的保护	(218)
第二节 旅游产业政策	(220)
一、旅游政策的形成、内容和作用	(220)
二、中国的旅游政策	(221)
三、其他国家的旅游政策	(223)
第三节 中国旅行社产业规制体系	(225)
一、《旅行社管理条例》及其实施细则	(226)
二、旅行社质量保证金制度	(226)
三、旅行社责任保险制度	(227)
四、导游人员管理法规	(227)
第四节 旅行社合同管理	(228)
一、合同的概念和特征	(228)

二、合同的订立	(229)
三、合同的履行	(231)
四、合同的变更、转让和终止	(232)
五、违约责任	(233)
本章小结	(236)
复习思考题	(236)
第 11 章 旅行社战略管理	(237)
课前导读	(237)
教学目标	(237)
第一节 旅行社战略管理概论	(237)
一、战略管理的概念和基本要素	(237)
二、战略的层次	(239)
三、战略管理过程	(240)
第二节 旅行社战略环境分析	(241)
一、对旅行社宏观环境的分析	(241)
二、旅行社微观环境分析	(246)
第三节 旅行社内部资源分析	(252)
一、分析旅行社内部资源	(253)
二、SWOT 分析方法	(254)
第四节 战略目标界定	(256)
一、旅行社战略目标的分类	(256)
二、战略目标整合	(259)
第五节 战略制订和战略实施	(259)
一、竞争战略	(259)
二、增长战略	(263)
本章小结	(265)
复习思考题	(266)
第 12 章 中外旅行社业发展趋势	(267)
课前导读	(267)
教学目标	(267)
第一节 发达国家旅行社产业现状与发展趋势	(267)
一、发达国家旅行社的投资战略	(268)
二、发达国家旅行社的经营战略	(273)

三、发达国家旅行社业的发展趋势	(274)
第二节 中国旅行社产业发展趋势	(275)
一、中国人世对旅游业的影响	(275)
二、旅游市场结构变化与旅行社经营重点调整	(278)
三、竞争导向、多元化发展的供给主体	(280)
四、现代企业制度取向的内部管理机制	(282)
五、服务创新与品牌化建设	(282)
第三节 面向二十一世纪的中国旅行社经营策略	(283)
一、树立全球化视角的战略观念	(283)
二、树立品牌竞争的意识	(284)
三、高度重视中国公民的国内旅游市场	(286)
四、重视人力资源,特别是高素质经理人员的激励机制建设	(286)
五、适应旅游者消费需求变迁,采取灵活多样的产品组合策略	(287)
六、应用、推广和普及信息技术	(288)
本章小结	(289)
复习思考题	(290)
主要参考文献	(291)
后记	(292)

第 1 章

导 论

课前导读

旅行社属于旅游企业的范畴,而旅游企业又属于旅游产业领域。因此,在学习旅行社管理理论、体系和方法之前,对旅游产业和旅游企业有一个背景性的了解是十分必要的。本章的目的在于引导学生掌握旅行社的产业背景和旅行社管理的若干个基本概念和管理方法,如旅行社的定义、职能、性质及其在现代旅游产业发展中的地位 and 作用。

教学目标

- 掌握旅游、旅行社、旅游产业的概念、特征
- 了解旅行社的基本业务、性质和基本职能
- 熟悉旅行社管理的概念、要素、体系

第一节 旅游产业

一、旅游的定义与概念

简单地说,旅行是人的空间移动,即人通过某种方式实现从一个地方到另外一个地方的移动。而旅游(tourism)的内涵则要复杂得多,国内外的研究人员通常从旅行的动机、时间、方式等方面给出具体的限定。

1811年,英国《运动杂志》首先使用了“旅游(tourism)”一词,才使旅游活动成为一种具有主动性和愉悦性的行为;而中国近代以来所使用的旅游概念也基本上受西方的影响。1942年,瑞士学者汉泽克尔(Hunziker)和克拉普夫(Krapuf)提出的旅游定义首次给出旅游的内涵概念:旅游是由非定居者旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和,是不从事任何赚钱且不会产生长期定居行为的活动。这一定义被国际旅游科学专家协会采用,成为著名的“艾斯特(AIEST)定义”,1950