



旅游管理专业高职高专
“十一五”部委级规划教材

LUYOU.GUANLI ZHUANYE JIAOCAI

LUXINGSHE YEWU YU GUANLI

李幼龙 主编

旅行社 业务与管理

 中国纺织出版社



旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材

旅行社业务与管理

李幼龙 主 编

编
委
会
名
单

副主编：冯云艳 沈 博

参 编：刘凤莲 焦爱丽

徐 速 李 薇

李煜明 尤海平

张任飞 贺耀勇

耿继明

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅行社业务与管理/李幼龙主编. —北京:中国纺织出版社,
2009.7

(旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5064 - 5634 - 0

I. 旅… II. 李… III. 旅行社—企业管理—高等学校:技术
学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 064963 号

策划编辑:范琳娜 责任编辑:宗 静 责任印制:刘 强
封面设计:Z2 书籍装帧工作室

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2009年7月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:19

字数:332千字 定价:29.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

2005年10月,国发[2005]35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出“落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校共同努力的目标。早在2004年,教育部下发教高[2004]1号文件“教育部关于以就业为导向 深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会发展需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级高职高专教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设

置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

序

目前,我国旅游业持续以年增两位数的速度发展,外出旅游已经逐渐成为城镇居民的基本需求之一。旅行社业是旅游业的三大支柱之一,是旅游活动组织者,在旅游业中处于“龙头地位”。近年来,伴随我国人民生活水平的提高,消费者对旅游服务质量的要求也不断提高,尤其针对旅行社服务质量的投诉不断增多,旅行社应更加注意提高服务水平,以满足消费者的需求。

旅游要发展,人才要先行。旅行社的运营,更是有人则行,无人则止。面对前景广阔的中国旅游业,旅行社企业既要快速发展,又要提高综合管理水平,这些都需要大量专业的职业技能型人才,尤其需要在一线直接服务旅游者的专业人才,他们是企业的门面,是企业利润的真正创造者。对旅行社来说,计调部、外联部、门市部、导游部、票务部人员就是这样的紧缺型人才,解决了这五个部门人员的问题,才能从根本上解决旅行社服务质量问题。

为了适应转型时期旅行社企业对高校人才培养的需求以及旅行社本身管理工作的需要,本书力求生动明了地将旅行社计调部、外联部、门市部、导游部、票务部人员需要掌握的基础知识呈现给读者,并设计了大量案例讨论、实践训练项目供学生开展训练。此外,在参考了各种规模旅行社管理实务的基础上,本书充分考虑到我国旅行社行业目前“小、散”的现状,力求理论联系实际而又高于实际,注重知识的系统性与全面性、权威性与实用性。本书既可作为旅游高等职业院校的教学用书,亦可作为旅行社企业的培训参考用书。

另外需要说明的是,中国旅行社企业正处在转型期,管理模式不断创新,为使学生加深对最新管理理念的理解,本书附加了大量的相关资料,教师在引导学生阅读的同时,注意多运用启发式教学手段,引导学生举一反三,培养创新能力。

本书内容包括十章和附录,由来自高职院校和本科学校的教学经验丰富的教师和来自旅行社企业的资深人士共同编写,参加本书编写的有:四川管理职业学院工商旅游系冯云艳(第一章、第五章)、乌鲁木齐职业大学旅游学院刘凤莲(第三章第二至第四节、第四章)、吉林工商学院旅游分院焦爱丽(第二章第一节、第八章)、乌鲁木齐职业大学旅游学院李幼龙(第二章第二节、第六章、第九章第二节、第十章第一节、第十章第三节、附录)、中国劳动关系学院高职院校徐速(第七章第一至第三节)、河北旅游职业学院旅游管理系沈博(第三章第一节、第七章第四节、第十章第二节)、瑞士华腾国际商务旅游有限公司中国区代表李

薇(第九章第一节)。乌鲁木齐职业大学旅游学院李煜辉、尤海平、张任飞、贺耀勇和继续教育学院耿继明五位老师对本书的框架制订和实训教学都提出了宝贵意见,并参与了教材的编写工作。本书最后由李幼龙定稿,冯云艳、沈博负责校稿。

本书在编撰过程中,参考了大量有关文献资料,并借鉴了互联网上的一些信息,请恕不能一一列明,在此一并表示感谢。

李幼龙

2009年1月

《旅行社业务与管理》教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课 程 内 容
第一章 (4 课时)	基础知识 (4 课时)		· 旅行社基础知识
		一	旅行社概述
		二	旅行社的基本业务
		三	旅行社行业的发展概况
第二章 (4 课时)			· 旅行社的设立
		一	设立旅行社的程序
		二	设立旅行社的相关决策分析
第三章 (6 课时)			· 旅行社市场分析与产品设计
		一	旅行社市场分析
		二	旅行社产品概述
		三	旅行社产品设计
		四	旅行社产品管理
第四章 (8 课时)	管理实务 (44 课时)		· 旅行社营销策略与销售技巧
		一	旅行社营销业务概述
		二	旅行社促销
		三	旅行社产品的定价
		四	旅行社产品的销售
		五	旅行社外联业务洽谈
		六	旅行社门市销售技巧
第五章 (6 课时)			· 旅行社计调业务
		一	旅行社计调业务概述
		二	旅行社计调业务内容与流程
		三	旅行社计调业务操作与管理
第六章 (4 课时)			· 旅行社票务管理
		一	旅行社票务管理概述
		二	旅行社航空票务基础知识
		三	旅行社航空票务操作
第七章 (6 课时)			· 旅行社接待业务
		一	旅行社接待业务概述
		二	旅行社接待业务流程
		三	旅行社接待业务常见事故处理
		四	旅行社接待业务管理

续表

章/课时	课程性质/课时	节	课 程 内 容
第八章 (6 课时)	管理实务 (44 课时)		· 旅行社组团及出境业务
		一	旅行社组团业务管理
		二	旅行社发团业务管理
第九章 (4 课时)		三	旅行社出境旅游业务管理
			· 旅行社服务质量与客户关系管理
		一	旅行社服务质量管理
第十章 (8 课时)	职能管理 (8 课时)	二	旅行社客户关系管理
			· 旅行社职能管理
		一	旅行社人力资源管理
附录	自学内容	二	旅行社财务管理
		三	旅行社电子商务运营管理
		一	香港和澳门服务提供者在广东省设立旅行社申请审批办法
		二	大陆居民赴台湾地区旅游管理办法
		三	旅行社出境旅游服务质量
		四	旅行社管理条例实施细则

注 各院校可根据自身的教学特色和教学计划对课程时数进行调整。

目 录

第一章 旅行社基础知识	1
第一节 旅行社概述	2
一、旅行社的概念	2
二、旅行社的分类	3
第二节 旅行社的基本业务	6
一、组合产品、设计线路	7
二、促销产品、传递信息	7
三、销售产品、招徕客源	8
四、组织协调、采购服务	8
五、实地接待、提供服务	8
第三节 旅行社行业的发展概况	9
一、世界旅行社行业的发展概况	9
二、中国旅行社行业的发展概况	11
三、中国旅行社行业的发展趋势	13
第二章 旅行社的设立	23
第一节 设立旅行社的程序	24
一、旅行社设立的条件	24
二、旅行社设立的申请程序	26
第二节 设立旅行社的相关决策分析	32
一、影响旅行社设立的因素	32
二、旅行社竞争战略分析	34
三、旅行社选址分析	35
四、旅行社的组织结构设计	36
第三章 旅行社市场分析与产品设计	39
第一节 旅行社市场分析	40
一、旅行社市场细分	40

二、旅行社目标市场选择	42
三、旅行社产品市场定位	45
第二节 旅行社产品概述	46
一、旅行社产品的概念	46
二、旅行社产品的分类与形态	47
三、旅行社产品的生命周期	51
第三节 旅行社产品设计	54
一、旅行社产品设计的决定因素	55
二、旅行社产品设计的内容、要求和创新	57
三、旅行社产品设计的流程	63
第四节 旅行社产品管理	64
一、旅行社产品差别化策略	64
二、旅行社产品创新策略	66
三、旅行社产品品牌化策略	66
第四章 旅行社营销策略与销售技巧	69
第一节 旅行社营销业务概述	70
一、旅行社营销的定义	70
二、旅行社营销业务的工作流程	70
第二节 旅行社促销	72
一、旅行社的促销方式	72
二、旅行社的促销策略	78
三、外联促销计划的制订	79
四、评估促销效果	80
第三节 旅行社产品的定价	81
一、影响旅行社产品价格的因素	81
二、旅行社产品的定价步骤	84
三、旅行社产品的定价策略	85
四、旅行社产品的计价内容和定价方法	88
第四节 旅行社产品的销售	92
一、旅行社产品的销售渠道	92
二、旅行社的销售渠道策略	94
三、客户中间商的选择与管理	96
第五节 旅行社外联业务洽谈	97
一、旅行社外联业务洽谈形式	97

二、旅行社外联业务洽谈技巧	97
三、旅行社外联函电洽谈处理	101
第六节 旅行社门市销售技巧	102
一、旅行社门市业务	103
二、旅行社门市销售业务的程序及技巧	103
三、旅行社门市电话销售技巧	109
第五章 旅行社计调业务	113
第一节 旅行社计调业务概述	114
一、计调业务的职能	114
二、计调业务的特点	117
三、计调业务人员分类及岗位描述	118
第二节 旅行社计调业务内容与流程	121
一、接收接待计划和报价	123
二、对外采购服务	123
三、制订接待计划	125
四、发送计划	126
五、变更接待计划	127
六、落实接待计划	128
七、收款和结算	128
八、业务建档	128
九、业务统计	129
第三节 旅行社计调业务操作与管理	129
一、计调业务的操作模式	129
二、计调人员应具备的素质	130
三、计调业务的管理	132
第六章 旅行社票务管理	137
第一节 旅行社票务管理概述	138
一、旅行社交通服务票证采购工作概述	138
二、旅行社游览娱乐服务票证采购工作概述	139
第二节 旅行社航空票务基础知识	141
一、旅行社航空票务的含义和作用	141
二、航空票务销售代理人的设立	142
三、航空票务销售代理人参加 BSP 的程序	145

第三节 旅行社航空票务操作	147
一、航空票务销售业务操作程序	147
二、航空票务销售代理人航空售票呼叫中心简介	151
三、不设销售代理人的旅行社航空票务预订工作流程	152
第七章 旅行社接待业务	155
第一节 旅行社接待业务概述	156
一、接待业务的性质及特点	156
二、接待业务的地位及作用	158
第二节 旅行社接待业务流程	159
一、接待业务的内容	159
二、接待业务的流程	160
第三节 旅行社接待业务常见事故处理	170
一、旅游活动计划和日程变更	170
二、旅游者行李出现差错	171
三、旅游者走失	172
四、旅游者患病、死亡	173
五、漏接、错接	174
六、误机(车、船)事故	175
七、旅游安全事故	175
八、其他问题	177
第四节 旅行社接待业务管理	179
一、接待人员的管理	179
二、接待工作的管理	184
第八章 旅行社组团及出境业务	187
第一节 旅行社组团业务管理	188
一、组团产品的设计与开发	188
二、组团业务操作流程	193
第二节 旅行社发团业务管理	196
一、发团管理概述	196
二、接团旅行社的选择	196
三、发团业务操作流程	201
第三节 旅行社出境旅游业务管理	205
一、出境旅游的特点	205

二、出境旅游业务操作流程	206
第九章 旅行社服务质量与客户关系管理	213
第一节 旅行社服务质量管理	214
一、旅行社服务质量管理的概述	214
二、旅行社服务质量管理的内容	215
三、旅行社投诉管理	217
四、旅行社的售后服务	221
第二节 旅行社客户关系管理	223
一、旅行社客户关系管理的内涵	223
二、旅行社客户关系管理的模式	223
三、旅行社客户数据库的管理	229
第十章 旅行社职能管理	231
第一节 旅行社人力资源管理	232
一、旅行社人力资源管理内容	232
二、旅行社员工招聘	233
三、旅行社员工培训	240
四、旅行社人力资源激励管理	245
第二节 旅行社财务管理	251
一、旅行社财务管理概述	251
二、旅行社成本费用管理	253
三、旅行社营业收入管理	255
第三节 旅行社电子商务运营管理	256
一、旅行社电子商务分类	257
二、旅行社外部电子商务运营模式	257
三、旅行社内部电子商务运营模式	260
附录一 香港和澳门服务提供者在广东省设立旅行社申请 审批办法	267
附录二 大陆居民赴台湾地区旅游管理办法	269
附录三 旅行社出境旅游服务质量(LB/T 005—2002)	271
附录四 旅行社管理条例实施细则	277
参考文献	288

基础知识

第一章 旅行社基础知识

本章内容：旅行社概述

旅行社的基本业务

旅行社行业的发展概况

教学要求：了解我国对旅行社概念的阐述；熟悉旅行社的分类和经营范围；了解旅行社的基本业务；了解世界和中国旅行社行业的发展概况、发展趋势；理解我国旅行社经营现状及根源，为后续的实际业务学习和工作奠定基础。

教学课时：4 课时

第一节 旅行社概述

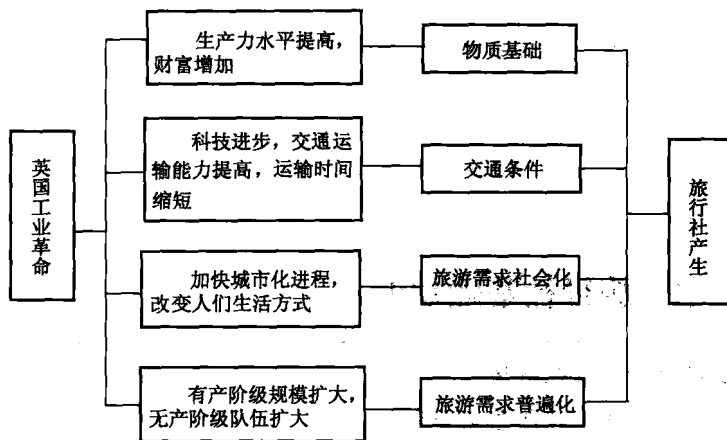
旅行社是为人们提供旅行相关服务的专门机构。世界上最早的旅行社产生于19世纪40年代的英国。而我国最早的旅行社则产生于20世纪20年代的上海。随着世界范围内旅游业的不断发展和繁荣,旅行社现已发展成为世界旅游业的三大支柱之一,被称为旅游行业的龙头产业。

一、旅行社的概念

(一) 旅行社的产生

作为一项客观存在的人类活动,旅游活动有着悠久的历史。然而作为一种专门为旅游者外出旅行提供相关服务的机构,旅行社的出现距今却只有一个半世纪。旅行社是社会经济发展到一定阶段的产物。

18世纪中期,英国工业革命不仅提高了生产技术,促使世界经济结构和社会面貌发生巨大变化,还极大地促进了旅游活动的进展以及旅行社的产生。旅行社产生条件分析见下图。



旅行社产生条件分析图

在这样的背景下,一批具有敏锐信息的先行者首先捕捉到了市场信息,开始创办旅行代理事业。旅行游览活动在历史上一直是以个人为单位的个体消费活动。而世界上第一次以一个组织的形式出现,并与运输业直接挂钩而开创旅游业先河的人是英国的托马斯·库克(Thomas Cook)。他是世界上公认的第一位真正的专职旅行代理商。

1841年7月5日,托马斯·库克包租了一列火车,运送了570人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会,往返行程22英里,团体收费每人一先令,免费提供带火腿肉的午餐及小吃,还有一个唱赞美诗的乐队跟随,这次短途旅游活动标志着近代旅游及旅游业的开端。此后,他率先在英国正式创办了通济隆旅行社,专门经营服务业务。托马斯·库克与他的旅行社的名字享誉英伦三岛。为此,托马斯·库克被世界公认为商业性旅游行业的鼻祖。

1845年夏,托马斯·库克自任领队,组织了350人的消遣观光团去利物浦旅游,并编发了导游手册。

1851年,托马斯·库克组织了有16.5万多人参加的“伦敦水晶宫”世界博览会。

1855年,托马斯·库克组织了从英国莱斯特前往法国巴黎的旅游,在巴黎停留游览4天,全程用一次性包价,其中包括在巴黎的住宿和往返旅费,总计36先令。事实上,这也是世界上组织出国包价旅游的开端。

到1864年,经托马斯·库克组织的旅游人数已累计100多万人次。

1872年,托马斯·库克自任导游,第一次开办了有10人参加、历时70天的环球旅游。

1878年,托马斯·库克退休,业务由其子约翰·梅森·库克(Johrl Masoll Cook)主持。

1872年,托马斯·库克创办了最早的旅行支票,可在世界各大城市通行,通济隆旅行社还编印了世界最早的旅行杂志,曾被译成7国文字,再版达17次之多。1939年,通济隆旅行社在世界各地设立了350余处分社。

(二) 旅行社的定义

旅行社作为对旅游者提供服务的专门机构,在不同国家和地区具有不尽相同的含义。在我国,国务院1996年颁布的《旅行社管理条例》中规定:“旅行社是指以营利为目的,从事旅游业务的企业。”其中的旅游业务是指为旅游者代办出、入境和签证手续,招徕、接待旅游者旅游以及为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。

二、旅行社的分类

由于各国和地区的政治经济制度和旅游业发展水平不同,世界各地的旅行社在行业分工的形成机制及分工状况上存在较大差异,既存在着以批发经营和零售代理为代表的,在时间上先后承接、相互补充的垂直分工;也存在着在批发经营和零售经营各自内部同一操作层次上,针对操作的不同特点而进行的水平分工。这里主要介绍两种在我国较为常见的分类方法。

(一) 按业务特点分类

根据旅行社业务特点,可将旅行社分为组团旅行社和接待旅行社。