# 旅行社管理系学生工作总结

来源：网络 作者：前尘往事 更新时间：2024-07-29

*第一篇：旅行社管理系学生工作总结旅行社管理系2024-2024学年第一学期学生工作总结本学期我们在学生处的指导下，制定了“成人成才”的工作方针，继续贯彻落实“常规管理精细化、行为规范职业化”的指导思想，把学生的行为习惯、公寓作为了工作的重...*

**第一篇：旅行社管理系学生工作总结**

旅行社管理系2024-2024学年第一学期

学生工作总结

本学期我们在学生处的指导下，制定了“成人成才”的工作方针，继续贯彻落实“常规管理精细化、行为规范职业化”的指导思想，把学生的行为习惯、公寓作为了工作的重点。抓好常规的同时，大力搞好我系文化建设，圆满完成了各项工作。

一、常规工作，狠抓落实。

1.开展好新生入学工作，营造良好的校园氛围。

在新生军训期间，我们专门组织学生进行新生入学教育，有效指导新生能够快速、正确地认识和适应大学生活，增强学习意识、自律意识、创新意识和自立意识。另外，我们提前印制，及时向学生发放“入学登记表”、“学籍简表”、做好学生证办理等工作。从而，为今后新生工作的开展奠定良好基础。

2.关注心理问题学生，加强心理健康教育工作。

大力推进班级心理委员制度，不断提升班级心理委员开展心理健康教育的业务素质和工作能力；加强对心理问题学生的排查及重点关注工作，对个别心理问题严重学生要及时汇报，并推荐给校心理咨询中心进行心理危机干预；开展心理健康教育活动，引导学生合理调节好自身心理，保持积极健康的心态。配合学生处做好11级新生心理普查工作，使班主任老师全面了解学生的当前的心理状况，采取相应的措施，使其心理问题得到及时的解决，避免一系列问题的出现。

3.严格管理，狠抓落实。由于制度相对完善，学生干部工作积极性较高，生活区的工作一直比较稳定，得到领导和老师们的一致认可。在此基础上，这学期我们制定了更详细有效的安全措施，杜绝宿舍安全隐患；做好宣传工作，拓宽宣传阵地。利用海报，每月在教学区公布“文明宿舍”宿舍评选结果以及评选依据、过程，有效地推进生活区工作的开展；充分发挥生活区勤工助学岗作用。他们在日常检查工作过程中，能够及时反映生活区的情况，通过各种方式提出了建设性的建议。

4.认真对待违纪学生，在管理中体现关怀。本学期共处理了7名学生，其中警告处分3人，严重警告1人，记过1人，留校察看 4人，开除学籍1人，比上学期情况好了很多。在工作中，对于学生中留宿、夜不归宿、旷课等事件，我们及时处理及时通报，并且认真、细心、耐心的对学生进行教育引导，团结班主任和学生干部的力量，对此项工作严格把关，公平处理，帮助学生改正错误，重视提高学生自理自制自律能力，为学生管理工作的开展创造了有利条件。

二、重点工作，强化过程与细节。

1.本学期的国家奖助学金的发放、国家临时（生活）补贴等的发放工作，由于系领导高度重视，把综合素质测评成绩作为评选的重要依据。为此专门召开班主任会议，统一加分标准，认真完成了09－10学年学生综合素质测评工作。提前根据上级文件精神、结合我系的实际情况制定了详细、可操作性强的评选原则，通过细致、认真的班级评选，严格审核，我系1名国家奖学金，33名国家励志助学金，222名的国家助学金获得者按照“公平、公正、公开”的思想评出了友谊、评出了先进和榜样。

2.学生活动将“安全”放到了首位，成功组织了“青春风采”的诗朗诵比赛、“导游风采大赛”、第二届校园安全知识竞赛、旅游文化艺术节闭幕晚会等大型活动，不仅丰富了学生的业余生活，同时也锻炼了学生的各项技能与能力。

三、创新工作，不断完善。

“学长制”的实行给我们的管理工作带来了很大的成效，而且解放了生产力，提高了效率。本学期在学院领导的支持下，推广到了全院各系实行，为我们的学生工作开创了一个新的局面。但是，“学长制”还存在一些弊端，比如学长本身的素质决定了他在发挥作用时的方向、学长的考核、管理等问题都会出现一些不尽如人意的现象，因此，本学期我们在L1101班进行尝试，让高年级的学生与低年级的学生进行一一对接，让曾经出现的一些问题尽可能的在低年级的班级里避免，提前采取预防措施，将高年级的经验教训直接在下届消化、运用。到目前为止，“学长制”的发展正朝着预想的方向运行着。

四、存在的不足与亟待改进的地方

1.学生管理工作人员少，工作量大，繁琐细致，给工作带来一定难度，其中的协调、统筹，还有待继续加强；

2.“管”、“教”结合依然是难题。如何加强学生自主管理，使学生管理与教学任务紧密相结合是我们一直思索的问题，在日常管理与过程管理中仍需多管齐下形成合力；

3.纪律专项工作还存在一定漏洞；

4.学生基础素质参差不齐，不少学生整体思想认识水平，心理结构发展滞后，从而学习纪律等各方面都低于应达要求，因此，学生管理面临着更复杂的问题和更严峻的挑战。

总之，本学期，通过各级领导的大力支持，我系全体学生管理队伍的共同努力下，圆满完成了各项工作。与此同时，我们也及时总结经验教训，查找不足，扬长避短，进一步加强管理，克服困难，以饱满的工作热情，积极投身于学生管理工作当中，力争在新学期铸造新辉煌。

**第二篇：旅行社管理**

旅行社管理

胡美容

1、什么样的是好导游，作为一个旅行社的老总，怎么才能留好导游。

1.职业道德：诚然导游有灰色收入，且已成为不成文的行规，但是，一个好的导游，应该首先考虑客人的利益，因为游客才是你发财的根本。2.知识：当导游要了解的知识太多了，包罗万象，今天学到了一点东西也许当下用不上，但说不定哪天就用着了。所以，导游的知识要求没有什么严格界限。3.热情：带团中以饱满的热情面对客人，即使你很不开心了，也不要带到工作中，游客是跟你来玩儿的，不是来看你脸色的。4.责任心：这点要时刻保持，导游的工作事无巨细，突发事情太多了，所以要有强烈的责任心，真遇上事情了，要冷静处理，以大局为重。导游工作是一项综合性很强的工作，工作范围广，责任重大，作为“民间大使”，往往代表了旅游地的形象。导游除了要加强业务知识方面的学习外，还必须加强职业道德修养。提高薪酬：

1、各地制定出导游的最低底薪，带团津贴标准（各地旅游局充分利用国家现有的工资政策，立足于当地旅游的发展状况，制定出。。）；

2、建立导游称职评定机制（将导游的称职评定机制与专业技术职称挂钩，使导游人员的初中高级不仅只是一个荣誉称号，而是实实在在与个人收入、福利、待遇紧密相连的）

3、根据游客满意程度和工作量发给导游带团津贴（游客对服务质量的满意是旅行社赖以生存和发展的基础，也是衡量导游工作的标准）

优化导游生存环境的措施：

1、积极改善导游的福利待遇，因为福利反映了企业对导游的长期承诺，它比高新更能激励导游爱岗敬业，旅行社应为导游交纳医疗、养老保险、人身意外险、住房公积金，根据导游的贡献给予物质和精神上的奖励，使导游无后顾之忧，可以安心工作。

2、加强对导游的培训，制定一套适合其发展的、周密的培训计划，采取灵活的形式，有目的，有针对性的对导游展开培训，增强导游对企业的认同感、归属感，促进导游职业的终身化。

3、创建独具特色的企业文化，确立企业的价值观、经营理念、道德风气和行为准则，全面落实以人为本的企业理念。在物质上，力求员工的付出和所得一致，在精神上，企业要尊重、关爱导游，以形成强大的凝聚力和向心力。

4、进行职业生涯规划，要想真正留住导游，必须让导游在企业中看到自己的发展前途，旅行社帮助导游进行系统的职业生涯规划，明确各个阶段的努力方向和奋斗目标，使导游在工作中实现自己的人生价值，从而更好的为企业服务。

建立导游激励机制。

1、情感激励，2、奖励激励1,用平和的心态与技巧去培养员工，而不是做家长式领导。也不要替代员工做员工的事。作为旅行社的管理者，不仅要培训员工的专业知识，提高其专业技能，更为重要的是改变其观念和心态，从而激发员工的工作热情。为此，要求管理人员工作再忙，也要抽时间定期与员工沟通，总结过往一段时间的绩效表现，对计调或带团中出现的问题和成绩进行分析，指出不足，解决困难，定下目标。2,要创造高度信任的氛围。要发挥员工的潜能，就要充分信任员工，只有高度信任，才能坦诚沟通，减少管理成本，提高效益。不要总是怀疑或不放心.3,要识人才.选人不仅仅看一个人的专业能力是否胜任，也注重一个人的性格与人际技能是否合适，更注重一个人的价值观是否与公司的核心价值观相符。即聘用人宁缺勿滥，一定对他有信心、有把握.必要时亲自培养.4,要充分的给予授权。有了人才还不行，要想充分发挥他们的才能，就必须充分授权这就

充分反映了其对下属和员工信任的心态，宽宏的度量。

四、让导游入股企业，即员工成为所服务企业的股东。使员工取得所属企业的股票而成为企业的股东。由于股权代表着损益的负担，员工愿意承担企业经营成败的风险，惟员工入股仅适用于股份有限公司。这就使得导游真正成为旅行社的一份子，将自己的利益和企业捆绑在一起，这样才能将优秀导游长久地留住。

2、旅行社的选址要求（考虑的因素）

1、旅行社应设在繁华的商业区，以便吸引过往行人；

2、旅行社营业处应有足够的停车场，便于公众停留。

3、尽量避免选择旅行社林立的地区，以减少竞争压力；

4、旅行社应选择中层收入家庭相当集中的地区，且附近有较大规模的企业，以便吸引人们参加旅游；

5、旅行社营业场所以底楼为好，以方便顾客。

旅行社选址，关系到其生存发展。现在国内许多的旅行社，没有沿街的门市部，对其今后的发展是十分不利的，这种情况，应该改变。即然是做生意，就要抢占好地段，“八路来宝，四方进财”，如人们常说的：财从德取利方长，友以义交情可久。

3.对岳阳飞扬旅行社的选址方面的见解？

岳阳飞扬旅行社位于岳阳南湖大道527号，）（市委斜对面，市内乘5、9、20、29、31、32、35、36、38、40、41路公交车市委下即到）十分便利，其附近有岳阳市三医院、银行医务所。发生突发状况时，可以方便就医。

包围旅行社的酒店有：（五星级）岳阳格兰云天大酒店、岳阳阿波罗御庭酒店（高档商务型旅游渡假酒店）等；（四星级）岳阳国贸邦臣大酒店、岳阳泰和大酒店；岳阳国际大厦（三星级）位于岳阳市商业中心，购物便利，离岳阳楼和洞庭湖只有8分钟车程，离火车站只有3分钟车程。岳阳东方红瑞卡大酒店是按三星级标准新装修，集各类精致客房、会议接待、大型免费停车场等多功能为一体的现代化商务型酒店。各种层次的酒店公顾客选择。

周围饭馆酒楼：芙蓉园海鲜楼、东北人酒楼、天福家菜馆、清雅轩等。便于顾客就餐，品尝本地美食。

碧灏花园地下停车场、南湖停车场、中国石油运源加油站等，方便顾客停车、加油。周围有便民服务站。

航空机票代理、司乘人员休息处、岳阳市君安汽车租赁有限公司；岳阳市体育局，岳阳广播电台、中国移动通信恒迅营业厅、中国邮政岳阳渔光社区服务站。

4、旅行社产品为什么要市场细分及市场细分标准

旅游市场细分是实际上是指旅游企业根据游客群对旅游产品的需求欲望、购买行为和购买习惯的差异把旅游市场划分为若干个分市场，并从中选择自己的目标市场的方法。

作用：市场细分有利于识别和发掘旅游市场，开发旅游新产品，开拓旅游新市场；有利于针对性地制定和调整旅游市场营销组合策略；有利于旅游企业优化资源配置和取得良好的经济效益。1有利于旅游企业及时寻找新的市场机会2有利于旅游企业适时调整营销策略3有利于旅游企业制定灵活的竞争策略4为中小型企业选择独立发展空间、回避大企业的竞争压力提供了机会。5有利于旅行社拓展目标市场潜力。

标准：旅游市場細分的方法很多，細分的因素、標準不一。企業在進行市場細分時，不是隨便根據什麼標準都可以進行的。為保證旅游市場細分工作的有效性，企業必須對市場細分的方法及細分後的市場進行評估，確保各細分市場符合以下幾個標準。

（一）一致性 它是指各個細分後的市場，在同一個細分市場中的消費者需求應該儘可能集中和一致。市場細分以後，一旦確定為企業的目標市場，企業將會視同細分市場內的消費需求具有共同的特征。如果同一個細分市場的消費者需求仍存在較大的差異性，旅游企業將很難採取有針對性的營銷手段來滿足這一市場消費者需求。

（二）差異性 它是指不同細分市場的消費者需求之間具有較明顯的差異，或者說市場細分的結果應能凸顯出各細分市場需求方面的特點，這些特點的差異將使細分出來的市場對企業市場營銷組合有獨特的反應。對於各個細分市場，其成員對企業市場營銷組合的反應必須是不同的。如果各個細分市場在需求方面不存在差異，那麼他們就應該屬於同一個細分市場。

（三）可衡量性 它是指市場細分的標準和細分後的市場可以衡量。如果某些細分標準或旅游者的特點和需求很難衡量，那麼這個細分市場的大小就很難測定。一些帶客觀性的細分標準，如年齡、性別、收入、受教育程度、地理位置、民族和種族等，往往易於確定，並且有關它們的信息和統計數據，通過統計部門比較容易獲得。但是，一些帶主觀性的細分標準，如心理因素，則較難斷定。同時，經過細分後的市場的範圍、容量、潛力等也必須是可以衡量的，這樣才有利於確定企業的目標市場，這樣的細分方法對企業才有實際價值。

（四）規模性 它是指各細分市場的容量大小必須具備一定的規模，達到值得旅游企業採取有針對性的營銷措施的程度，即劃分出來的細分市場必須是值得採取單獨營銷方案的最小單位。它的規模不但能保證企業的短期利潤，還具有一定的發展潛力，以保持較長時期的經濟效益。

（五）可進入性 它是指對細分出來的市場，旅游企業可以利用現有的人力、物力和財力去占領，達到能夠進行有效促銷和分銷的程度。這些細分市場中的旅游者，必須在易於接觸和溝通方面具有充分的相似之處，以便企業既能較經濟又能有效地與這些潛在顧客接觸溝通。這些旅游者可能在地理上是比較集中的，也可能經常接觸相同的廣告媒體，這樣企業便可通過使用相應的促銷手段，經濟而有效地向他們定向傳播信息。

5、散客团队旅游的业务有是什么特点？怎样进行接待？

全部由散客组成的团队称为散客旅游团队。散客旅游的特点：规模小、批次多、要求多、变化大、预期性短。他们往往是外地旅行社发过来的零星客人和本地门市接收的零散客人，有时还有其它旅行社转团的客人。散客团队成员复杂，接待标准不一，服务内容庞杂，而且没有领队、全陪陪同，地接导游一身兼有领队、全陪、地陪的职责，肩上的担子十分沉重。散客旅游者的文化层次通常比较高，旅游经营比较丰富，对旅行社产品深层内涵十分重视；散客旅游对高效、便利、准确的预订系统要求较高；对目的地各类服务设施要求较高，采购工作尤为重要。在散客接待中应注意什么？1)与散客介绍认识后，应尽快记住散客姓名、体态和容貌，并设法了解其国籍、职业、性格、特征和习惯行为。但不宜直接询问游客，可从与散客的交谈中发现线索。2)散客吩咐的事情要记在记事本上，并确实去做，最后将结果告诉客人。来源：考试大3)让客人作自我介绍。散客的特点是散，客人互相都不熟悉，导游人员在做完自我介绍后最好让核仁互相作自我介绍，以便于今后散客之间能更好地浮想帮助，导游人员的工作也便利的多。

6、旅行社招聘员工先要做什么？

先做职务分析，分析到底需要什么样的员工。所谓工作分析，是指确定完成各项工作所需技能、责任和知识的系统过程，是一种重要而普遍的人力资源管理技术。工作分析是对某特定的工作作出明确规定，并确定完成这一工作所需要的知识技能等资格条件的过程。工作分析是具体通过系统全面的情报收集手段，工作分析是人力资源管理工作的基础，其分析质量对其他人力资源管理模块具有举足轻重的影响。（1）如果招聘者不知道胜任某项工作所必须的资格条件，那么员工的招聘和选择就将漫无目的。如果缺少适时的工作说明和工作规范，就会在没有一个清楚的指导性文件的情况下去招聘、选择员工，而这样做的结果将会是很糟的。2）工作规范中的信息在确定人力资源开发需求方面常常是很有用的。如果工作规范指出某项工作需要特殊的知识、技能或能力，而在该职位上的人又不具备所要求的条件，那么培训和开发可能就是必要的了。这种培训应该旨在帮助员工履行现有工作说明中所规定的职责，并且帮助他们为升迁到更高的工作职位做好准备。（3）在报酬方面，在用货币体现某项工作的价值之前必须了解其对公司的相对价值。（4）当进行人力资源研究时，工作分析信息为研究者提供了一个研究起点。借助于职务分析，组织的最高经营管理层能够充分了解每一个工作岗位上的人目前所做的工作，可以发现职位之间的职责交叉和职责空缺现象，并通过职位及时调整，提高组织的协同效应。

3、旅行社的促销目标目标要求，如果你是促销员，你会用什么方法促销？ 一：热忱是旅行社销售人员推销成功的重要因素。只要强迫自己散发热情，一旦需要热心参与某种活动，便能立刻感到这股热情的力量，进而勇往直前，迈向成功。热忱是推销成功的最大因素也是唯一因素！热诚绝非夸张的自我表现，这是不足以产生力量的。它是一股内涵的永恒的力量，一但你真正对自己的工作点燃热情，这股力量即会在你心中发生作用，并且无法阻止，当我们改变了自己的态度以后，对每一件事都怀着热忱去做，这个热忱使我们象一团“火球”时时燃烧，如果没有热忱，我们也许将一事无成。二：让客户自发产生购买动机

当我们想要说服别人时，唯一的方法是，让那人自发自动地实行你所要说服他的事。一个人只有依照他所想要的目标，去行动时，才会不惜劳力和时间 三：弄清顾客购买的真正原因。如何掌握促使顾客购买的主要因素呢？首先，你要刺激，鼓励客户说话，事实上潜在客户往往并不清楚他们真正的需求，认知了顾客购买的原因，必可使你在推销过程中无往不利。顾客购买商品的主要因素：1：最基本的需求是什么；2：最感兴趣的是什么；3：最弱的一环是什么；你不妨先同意客户所说的每一句话，直到找出他不愿购买的原因

四：推销产品时先推销自己。客户不喜欢推销员顾弄玄虚，不先表明身份，所代表的旅行社及拜访目的，他们欣赏自然、诚恳、老实的推销员，直截了当的说出拜访的目的。如果推销员未事先预约，他们希望推销员能确定是否方便谈话，而不要莽莽撞撞的搬出推销辞令

7、比较团队包价、小包价、半包价区别

半包价：是采取一次性预付旅费的方式，由组织的按预定行程计划进行的旅游形式。半包价旅游：是在全包价旅游的基础上扣除行程中的午、晚餐费用的一种旅游报价形式。小包价：小包价旅游可称为选择性旅游，它由非选择性部分和选择性部分组成。非选择部分包括住房及早餐，机场（车站、码头）至饭店的接送和城市间的交通费用；选择性部分包括导游服务，午、晚餐，参加游览，欣赏文艺节目，品尝风味等。

半包价旅游：即在全包价基础上，扣除午、晚餐费用的包价形式，其目的在于降低产品的直观价格，提高产品的竞争能力，同时也可更好地满足游客在用餐方面的要求。

小包价旅游又称可选择性旅游，它由非选择部分和可选择部分构成。非选择部分包括接送、住房和早餐，旅游费用由旅游者在旅游前预付；可选择部分包括导游、风味餐、节目欣赏和参观游览等，旅游者可根据时间、兴趣和经济情况自由选择，费用既可预付，也可现付。

8、旅行社产品设计原则（书上）

9、你认为旅行社售后服务可以从哪些方面来进行。

（书上）1问候电话2生日及纪念日祝贺。3促销明信片。4书信往来。

10、旅行社的促销目标要求有哪些？（书上P116）

**第三篇：旅行社管理**

旅行社管理法规

一、单项选择题

1、（）属于超范围经营。

A、国际旅行社招徕外国旅行者来中国旅游

B、外商投资旅行社组组织山东人赴香港、澳门旅游

C、国内旅行社为我国公民代购、代订交通客票并提并提供行李服务 D、国际旅行社为外国旅游者代理购物、娱乐服务

2、以下对旅行社分社说法错误的是（）A、旅行社分社应以分社的名义开展旅游经营活动 B、不得超出设立社的经营范围

C、旅行社分社应到接受所在地的旅游行政部门的行业管理

D、旅行社同期设立的分社应当实行统一管理、统一财务、统一招徕、同一接待

3、以下不符合质量保证金制度有关规定的说法的是（）A、保证金及利息属于缴纳的旅行社 B、保证金为现金形式

C、司法机关已经受理的，不适用于保证金

D、旅游者在旅游期间发生人身财产意外事故的，适用保证金

4、旅行社在年检内出现（）等情形，不予通过年检。A 注册资本不足《旅行社管理条例》规定最低数额 B 未按照规定组织导游，领队等从业人员培训的 C 拒不参加年检的

D 有重大投诉尚在调查处理过程中的

5、根据《旅行社管理条例》，旅行社变相转让许可证，没有违法所得的，处（）的罚款。

A 1000元以上、3000元以下

B 3000元以上、一万元以下 C 5000元以上、三万元以下

D 一万元以上、五万元以下

6、申请人经旅游行政部门审核批准设立旅行社后，应当在收到许可证的（）内，持批准设立文件和许可证到工商行政管理部门领取营业执照。

A 15日

B 30日

C 30个工作日

D 60个工作日

7、旅行社营业场所、法定代表人等事项变更，应当（）。A 在办完变更登记之日起的30日内到省级旅游行政管理部门备案

B 在办完变更登记之日起的30个工作日内到原审批的旅游行政管理部门备案 C在办完变更登记之日起的30日内到原审批的省一级旅游行政管理部门备案

D 在办完变更登记之日起的60个工作日内到现主管该旅行社的旅游行政管理部门备案

8、旅行社的法律特征是（）。

A 许可经营业

B 经济行业

C 文化行业

D 法人组织

9、国际旅行社注册资金不得少于（）万元人民币。A 30

B 100

C 100

D 150

10、有权审批国际旅行社的部门是（）。

A 国家旅游局

B 各省级旅游

C 各地市旅游局

D县级以上旅游局

11、《旅行社管理条例》规定，旅游行政管理部门自收到旅行社设立申请之日起（），作出批准或不予批准的决定。

A 7个工作日内

B 15个工作日

C30个工作日

D 60个工作日

12、国内旅行社美设立一个分社，应该增加注册资本（）万元，增交质量保证金（）万元。

A 10，50

B 30，50

C 15，5

D 30，5

13、外商投资旅行社注册资本为人民币（）万元。

A 10

B 60

C 150

D 250

14、旅行社经营许可证的有效期为（）。

A 一年

B 两年

C 三年

D五年

15、旅行社质量保证金，是由旅行社缴纳，旅游行政管理部门管理，用于（）的专用款项。

A 保障旅行社经营

B 保障旅游者权益

C 规范旅行社运作

D 促进旅行社服务质量提高

16、旅行社对旅游档案的管理，出境旅游档案保存期最少为（）年。A 1

B 2

C 3

D5

17、国际旅行社每设立一个分社，应当增加的注册资本和质量保证金分别为（）元人民币。

A 150万和50万

B 75万和50万

C 100万和15万

D75万和30万

18、（）属外商投资旅行社的经营范围。A 仅限于国内旅游业务

B 入境旅游业务和国内旅游业务

C 国内旅游业务及中国内内地居民度港澳台旅游业务 D 入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务

19下列情形不适用旅行社质量保证金赔偿的是（）。

A 旅行社因自身过错未达到国家规定的标准而造成旅游者经济权益损失的 B 旅行社破产造成旅游者预旅行费损失 C 旅游者在旅游期间发生人身意外事故的

D 旅行社的服务未达到行业标准造成旅游者的经济损失

20、因旅行社的过失，造成旅游者误机，旅行社应（）。A 只赔偿旅游者直接经济损失

B 赔偿旅游者直接经济损失，并赔偿经济损失10%的违约金 C 赔偿旅游者直接经济损失，并赔偿经济损失20%的违约金 D赔偿旅游者直接经济损失，并赔偿经济损失30%的违约金

21、存在（）现象的旅行社不予通过业务年检。A 歇业超过半年

B 经营过程中有负团费现象

C 国际旅行社联系两年未经营入境旅游业务 D 有重大投诉尚在调查处理过程中

22、旅行社在于旅游者订立旅游合同时，（）旅游者购买相关旅游者的个人保险。A 可以推荐

B应当推荐

C 不得推荐

D应强制

23、旅行社因不能成团，将已签约的旅游者转给其它旅行社出团时，须（）。A 争得旅游者书面同意

B 争得旅游者口头或书面同意 C 争得多数旅游者同意

D 争得旅游者口头同意

24、旅行社出境旅游档案和其他旅游档案的保存期最少分别为（）。A 3年和2年

B 4年和2年

C 3年和1年

D 5年和3年

25、旅行社质量保证金制度中，赔偿请求人请求赔偿的时效期限为（）。A 30天

B 60

C 90天

D 7天

26、不属于外商投资旅行社的中国投资者必备的条件的是（）A应是依法设立的旅行社 B最近三年无违法记录 C最近三年无重大违规记录

D符合国务院旅游行政主管部门规定的审慎的和特定行业的要求

27、郑某参加了甲旅行社组织的海南五日游后，认为权益受到损害准备索赔时，甲旅行社与乙旅行社合并为丙旅行社；郑某应向（）要求索赔 A原甲旅行社法定代表人

B甲旅行社的主管部门 C丙旅行社

D丙旅行社的主管部门

二、多项选择题

1、（）属于设立国际旅行社应具备的条件 A注册资本不少于150万元人民币 B注册资本不少于60万元人民币

C具备与旅游行政管理部门联网的条件 D取得会计师以上职称的专职财会人员

2、外商投资旅行社的外国旅游经营者（）A必须是旅行社

B应是旅行社或主要从事旅游经营业务的企业 C年旅游经营总额4000万元以上 D是其本国旅游行业协会的正式会员

3、下列关于旅行社质量保证金的说法正确的（）A保证金由旅行社缴纳 B保证金可以为现金形式 C保证金必须保持满额

D保证金在旅游行政管理期间产生的利息属于缴纳的旅行社

4、导游擅自离团，造成旅游团无人负责，旅行社应承担（）A旅游者滞留期间自行支出的所有费用

B旅游者滞留期间所支出的食宿费用等直接费用 C赔偿30名旅游者全部旅游费20%的违约金

D赔偿30名旅游者全部旅游费用的30%的违约金

5、旅行社拒绝接受检查，应承担什么样的责任（）A处以警告 B责令限期改正

C逾期不改，处以15----30天停业整顿，处人民币5千元以上，2万元以下的罚款 D逾期不改，处以3----15天停业整顿，处人民币3千元以上，1万元以下的罚款

6、甲旅行社系无证（旅行社经营许可证）旅行社，根据相关法规，甲旅行社应受到（）的处罚。

A警告

B责令停止非法经营 C没收违法所得

D罚款

7、外国旅行社在中华人民共和国境内的常驻机构的活动有（）A旅游咨询

B旅游联络

C 旅游招徕

D旅游宣传

8、设立国内旅行社的必备条件包括（）

A具有足够的营业用房

B具备业务用汽车

C取得会计师以上职称的专职财会人员

D注册资本不少于30万元人民币

9、在本内有（）等情形之一的旅行社，不予通过年检 A经营活动中有零团费、负团费的

B据不按规定补足注册资本，旅行社质量保证金的 C有重大投诉尚在调查处理过程中的 D严重超范围经营的

10、以下情形中，（）为不正当竞争。A与其它旅行社制定统一，合理的旅游价格 B以高于正常成本价的价格参与竞销

C委托非旅行社单位或者个人代理经营旅游业务

D为招徕旅游者，将旅游线路景点印制精美宣传册送给旅游者

11、下列情况中适用保证金进行赔偿的情况有（）A旅行社因自身未达到合同约定的服务质量标准的 B旅行社服务未达到国家标准或者行业标准的 C旅行社破产造成旅游者预交旅游费损失的 D旅游者在旅游期间发生人身意外的

12、旅行社与旅游者签订的合同，应就（）进行约定

A旅游行程安排

B旅游价格

C 旅游保险

D 违约责任

13、旅行社公告制度的主要目的是（）

A把对旅行社的监督推向社会

B 扩大对旅行社的监督范围 C强化对旅行社实行行业管理的效力

D 便于旅行社发布旅游产品

14、在年检内存在（）等情形之一的旅行社，暂缓通过业务年检 A为经营旅游业务超过一年的B 以挂靠等方式非法转让经营权 C经营过程中有零团费现象的D 严重超范围经营的

15、（）为旅行社不正当竞争 A假冒其他旅行社的注册商标、品牌等 B以低于正常成本价的价格参与竞销

C为宣传新的旅游线路，印制精美宣传画册 D委托某房地产公司代理经营旅游业务

16、按照旅行社公告制度的内容，公告包括（）等 A开业公告

B变更公告

C停业公告

D吊销“旅行社经营许可证”公告

17、旅行社业务年检的内容包括（）A企业基本情况

B 业务经营情况 C人员管理情况

D 遵纪守法情况

18、旅行社设立分社的必备条件包括（）等 A年接待旅游者达到10万人次以上 B进入全国旅行社百强排名

C国际旅行社每设立一个分社，应增交50万元人民币质量保证金 D国内旅行社每增加一个分社，应当增加注册资本15万元人民币

三、判断题

1、合同的其他形式，是指采用书面形式、口头形式以外的方式订立合同；其他形式一般包括推定形式和默示形式。（）

2、“设立旅行社可行性研究报告”的内容设立旅行社的市场条件、资金条件和人员条件，还须提供接受申请的旅游行政管理部门 认为需要补充说明的其他问题。（）

3、设立外商控股、外商独资旅行社的注册资金最低限额为250万元。（）

4、外商投资旅行社的中国投资者应是依法设立的旅行社或主要从事旅游经营业务的企业。（）

5、设立国内旅行社应具备‘具有足够的营业用房和传真机、直线电话、电子计算机等办公设备，具备与旅游行政联网的条件”等条件。（）

6、旅行社业务许可证分为两种。许可证上应当注明旅行社的经营范围。（）

7、我国旅行社对导游人员的管理主要是通过订立劳动合同来实行的。（）8国际旅行社可以招徕我国旅行者在国内旅游。（）

9、旅行社终止经营的，应返还质量保证金（）

10、如旅游者不按规定时间参加旅游活动，旅行社可不予等候，对于因此造成的损失，旅行社有权要求赔偿（）

11、旅行社门市部可以具有独立的法人资格（）

12、旅行社应将旅行社业务经营许可证的副本和营业执照一起悬挂于营业场所的显要位置，以备有关部门检查和旅游者、其他企业识别。（）

13、旅行社是指由营利目的，从事旅游业务的企业。（）

14、外商投资旅行社须交纳100万元人民币质量保证金。（）

15、《旅行社质量保证金赔偿决定书》由旅游质监所主管负责人核准签发。（）

16、旅游行政管理部门对旅行社业务年检的方式包括书面审阅和实地检查两种（）

17、旅行社未按规定组织导游领队等从业人员教育培训的，不予通过年检。（）

18、因境外旅行社违约，使旅游者权益受到损害的，组织出境的国内旅行社应协助旅游者向境外旅行社索赔。（）

19、旅行社同设立的分社应当实行统一管理、统一财务、同以招徕、统一接待。（）20、旅行社公告制度，使指旅行社通过报纸、期刊向社会公开发布告之。（）

21、外商投资旅行社不得设立分支机构。（）

22、入境旅游档案报错期最少为三年。（）

23、旅游诸在不参加双方约定的活动而自行活动的时间内，发生的人身、财产损害，旅行社不承担赔偿责任。（）

24、我国旅行社和外国旅行社之间的委托组团合同可以使用外国法律。（）

25、根据旅行社管理条例，外国旅行社驻国内的办事机构经批准可以从事招徕、接待等旅游业务。（）

26、根据旅行社管理条例取得旅行社业务经营许可证的国际旅行社可以经营中国公民出国业务。（）

27、旅行社因不可抗力因素不能旅行合同的，不适用保证金赔偿制度。（）

**第四篇：旅行社管理**

第七章

 主要内容：  本章主要要求学生掌握旅行社财务管理的基本思路与方法，并能运用财务报表分析旅行社的经营情况。主要内容包括；旅行社的资产管理、旅行社的成本费用管理、旅行社的营业收入与利润管理、旅行社的结算管理及旅行社的财务分析等。

    学习重点：

旅行社财务管理的基本方法。学习难点：

利用所学基本知识学会简单地分析旅行社经营状况。

第七章

旅行社财务管理 

一、旅行社财务管理概述

一）财务及旅行社财务：

1、财务：涉及旅行社钱、，财、物的经营业务

2、旅行社财务：是旅行社管理的重要组成部分，是对旅行社资金运动的管理，它以货币的形式对旅行社经营活动的全过程进行价值管理。包括旅行社资金筹集管理、资产管理、成本管理、成本费用管理、旅行社营业收入和利润管理等方面内容

二）旅行社财务管理的目的和任务：在旅行社经营过程中，财务管理处于制约和促进全局的重要地位。旅行社管理者根据资金运动的客观规律，遵守国家规定的财务制度和财经纪律，通过预测、计划、核算、分析等工作，正确运用和调节、使用旅行社资金，对旅行社资金运动进行正确的财务决策（包括筹资、投资、运用与分配等）实现旅行社效益最大化目标。

二、旅行社流动资产的管理

 旅行社流动资产的构成：货币资产、生息资产、债权资产及存货资产

一）货币资产的管理：

• 货币资产主要包括现金和银行存款，最具流动性 • 管理措施：

1、确定旅行社现金库存限额、严格控制现金使用范围、严格现金收支管理、加强存款管理、严格控制现金支出

二）生息资产的管理

• 生息资产又称短期有价证券或者金融资产，主要包括：一年以下（含一年）的国库券、商业票据、银行承兑汇票和可转让定期存单等。有以下特点：

1、能在短期内变现、能产生较多的利息、市场风险小

三）债权资产的管理 债权资产主要指应收账款。管理措施：

1、制定和执行正确的信用政策

2、选择适当的结算方式、做好应收账款的催收工作

1）专人负责）

详细信息）

上门催收、建立坏账准备金

三、旅行社固定资产的管理  固定资产是是指使用年限在一年以上的房屋、建筑物、机器、机械、运输工具、和其它与生产经营有关的设备、器具、工具等。一）固定资产折旧的计提

1、范围：计提折旧包括——房屋和建筑物；在用的机器设备、运输车辆；季节性停用、修理用的设备；融资租入的设备；以经营租赁方式租出的固定资产。

• 不准计提折旧——未使用、不需用的机器设备；租入的固定资产；已提足折旧或已报废的固定资产；国家规定不提折旧的其它固定资产（土地等）

2、方法

1）平均年限法

年折旧率=（1—预计净残值率）/ 固定资产的预计使用年限\*100%

月折旧率=年折旧率/12

月折旧额= 固定资产原始价值\* 月折旧率

• 2）工作量法

• 单位工作量折旧率=原值（1—预计净残值率）/预计使用年限内可 以完成的工作量

二）固定资产修理费用与盘亏、盘盈和报废的处理

四、旅行社成本费用的管理

一）旅行社营业成本与费用

1、旅行社营业成本的构成：为组织接待旅游者而发生的直接费用、旅行社的费用：包括营业费用、管理费用和财务费用

二）成本费用的管理

1、核算：单团核算与部门批量核算

2、分析

1）单团成本分析步骤：

制定计划成本作为衡量标准

差异分析

加强信息反馈

2）部门批量成本分析步骤：

制定计划 核算实际费用

因素影响程度替代分析

信息反馈

3、旅行社成本费用的控制  成本费用的控制



是指旅行社在经营过程中，根据事先制定的成本费用目标，按照一定的原则，采用专门的方法对旅行社日常发生的各项经营活动进行严格的管理和监督，把各项成本费用控制在一定范围之内的成本费用管理方法。主要内容：

1）制定成本费用标准 分解法

定额法

预算法

2）日常控制

3）检查与考核 • 建立成本控制信息系统 • 实行责任成本制 • 进行重点控制

• ①检查成本计划的完成情况，查找和分析产生成本差异的原因

• ②评价各部门和个人在完成成本计划过程中的成绩和缺点，给予应有的奖励或惩罚 • ③总结经验，找出缺点，提出办法，为进一步降低经营成本提供资料

五、旅行社的营业收入管理与

利润管理  一）旅行社营业收入的构成  旅行社营业收入是指旅行社在一定时期内，由于向旅游者提供服务而获得的全部收入。

• 综合服务费收入：（导游费、餐饮费、市内交通费、全程陪同费、组团费、接团手续费等）

• 房费收入：

• 城市间交通费收入：

• 专项附加费收入：（汽车超里程费，风味餐费，特殊游览门票费，保险费，不可预见 费等）

单项服务收入 ：

二）旅行社营业收入的管理

1、确定营业收入的原则：责权发生制 1）已提供合同上所规定的服务

2）收到价款或取得收取价款证据

2、界定营业收入实现时间的原则

1）入境游：以游客离开本地或离境作为确认原则

2）国内旅游：接团社—离开本地的 时间；组团社—旅行结束返回出发地的时间

3）出境旅游：结束旅游返回出发地时间作为确认其营业收入实现的时间

三）旅行社利润的管理

1、旅行社利润的构成：  1）营业利润：旅行社营业利润是指营业收入扣除营业成本、营业费用、营业税金、管理费用和财务费用后净额。 2）投资净利润：投资收益扣除投资损失后的数额  3）营业外收支净额：营业外收入减营业外支出后的差额。

2、旅行社利润分析

1）利润总额分析：

2）利润总额构成因素分析

3）营业利润分析

3、旅行社利润管理



目标利润 = 预计营业收入— 目

标营业成本— 预计营业税金— 预计费用 – 1）确定目标利润

– 2）利润分配

– 股分公司：支付优先股股利；按章提取盈余公积金；支付普通股股利 – 非股分公司：支付各种罚款及罚没损失；弥补以前的亏损；提取法定盈余公积金；提取公益金；向投资者分配利润

六、旅行社的结算管理  一）旅行社正常情况下的结算业务

1、综合服务费的结算

1）审核结算内容。

综服费= 实际接待旅游者人数\* 实际接待天数\* 人天综合服务费价格

2、结算方式

国旅综费结算标准

地点

综合服务费（扣除餐费）

用早餐（7时）地点

33% 用午餐（12时）地点

34% 用晚餐（18时）地点

33%

• 中旅综费结算标准

 抵达当地时间

百分数 离开当地时间

百分数

 0：01—9：00 100% 0：01—9：00 20%  9：01—11：00 85% 9：01—11：00 30%  11：01—13：30 70% 11：01—13：30 60%  13：31—17：00 45% 13：31—17：00 80%  17：01—19：30 35% 17：01—24：00 100%  19：31—24：00 15%

• 青旅综费结算标准



停留小时数

综合服务费（扣除餐费）

 4H 以内

按10H 结算

 4~10H

按15H 结算

 11~18H

按18H 结算

 18H 以上

按实际停留H 结算 去外地一日游当天返回

按16H 结算 驻地的外地接待旅行社

2、其它旅游费用的结算

1）房费的结算：分自订房和代订房两种

房费==实用房间数\*实际过夜天数\*房价 2）餐费的结算：纳入综服费或单列 餐费==用餐人数\*用餐标准 3）其它费用的结算

3、付款方式：电汇，信汇，票汇，二）特殊情况下的结算业务

1、跨季节的结算

2、等级变化的结算

3、晚间抵达或清晨离开旅游团队 的结算

**第五篇：旅行社管理**

单选题：

1．托马斯库克与1808年11月22日出生于英格兰。

2．1923年中国旅行社的创办人是我国著名的爱国资本家和金融家，上海商业储蓄银行总经理陈光甫先生。

3．1927年中国第一本旅游类杂志《旅行杂志》。

4．申请设立旅行社应有不少于30万元的注册资本。

5．旅行社取得经营许可满2年，且未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的，可以申请经营出境业务。

6．经营国内旅游业务和入境旅游业务的旅行社，应当存入质量保证金20万元。

经营出境业务的旅行社，应当增存质量保证金120万元。

7．旅行社没设立一个经营国内旅游业务和入境旅游业务的分社，应当向其质量保证金账户增存5万元。每设立一个经营出境旅游业务的分社，应当向其质量保证金账户增存30万元。

8．设立外商投资旅游社，由投资者向国务院旅游行政主管部门提出申请。

9．德鲁克认为，创新是赋予资源以新的创造财富能力的行为。

10．美国运通公司的消费卡部门一直为公司的不断创新而感到自豪。

11．事业部结构有产业结构，地域结构，市场结构等三种形式。

12．波特按照战略优势和目标的不同将战略分为总成本领先战略，差异化战略和集中化战略。13．1999年5月，国务院发布了《导游人员管理条例》。

14．经国务院批准，国家旅游局和公安部于1997年3月联合发布了《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》，并有当年7月正式实施。

15．1995年1月国家旅游局发布了《旅行社质量保证金暂行规定》和《旅行社质量保证金暂行规定实施细则》。

16．“创新永无止境”是中青旅的核心理念。

多选题：

1.旅行社区别于其他一般企业的性质：营利性，服务性，中介性。

2.旅行社的业务类型：按旅游者的活动范围分为国内旅游者和国际旅游者。

3.作为为旅游者提供相关服务的专业性机构，旅行社不同于一般的经济中介组织，它同时具有两种职能：旅游产品和服务销售交易中介，旅游产品和服务生产单位。

4.法律，行政法规，部门规章和行业自律协定等，共同构成了旅行社开展各次活动的外部制度环境。

5.狭义旅游业，有时也叫旅游部门，通常是指旅行社，饭店，景区等对旅游依赖较大的行业。航空、交通没有纳入旅游部门。

6.旅游经理人是高投入高风险高回报的职业。

7.旅行社产品的特点：无形性；非必要性；异质性和需同性并存；不可储存性

8.旅行社产品按照游客出游目的划分为观光旅游产品，度假旅游产品，商务旅游产品和专题旅游产品。

9.包机有分时包机，部分包机和特别包机三种方式。

10.当旅游经营商与饭店签订客房购买合约时，通常可以使用包销制，配给制和特别购买制等三种不同的采购方式。

11.产品组合具有一定的宽度，长度，深度和一致性。

12.半包价的组团报价中扣除了午餐，晚餐费用，以降低直观价格。

13.成本导向定价法分为成本加成法和目标利润法。

14.竞争导向定价法分为随行就市法和差异定价法。

15.心理定价策略有尾数定价法，声望定价法，吉祥定价法。

名词解释

1． 旅行社产品生命周期是指产品从生产开始，到最后被淘汰出市场，大致经历了类似人类生命模式的周期性规律。

2．团体旅游产品由10人或10人以上的旅游者组成，旅行社统一安排旅游行程，包括旅游路线，交通工具，食宿和收费标准等。

3．旅游需求是指旅游消费者在一定时间内和一定价格水平下愿意并且能够购买的旅游产品的数量。

4．密集型目标和市场策略是指旅行社有重点的选取少数几个细分市场作为自己的目标市场，有针对性地开发适合目标市场需求的产品，以集中企业资源在该细分市场取得竞争优势。

5．撇脂定价是一种高价进入市场的策略，在新产品上市之初以高价投放市场，使旅行社迅速获得高额利润，在短期内收回投资。

6．渗透定价是一种以低价进入市场的策略，即在新产品进入市场初期，以低价打开产品销路，扩大市场占有率，谋求长期的市场领先地位。

7．间接销售渠道是指在旅行社和客源之间加入旅游代理商或零售商等中介机构。

8．旅行社促销是指旅行社在通过多种媒介将产品信息传播给潜在的旅游者，促其采取购买行为的活动。

9．风险管理是指经济主体对威胁其收益的实际损失与潜在损失所进行的识别，预定和控制的活动。

10．显性投诉是指旅行社的顾客为维护自身和他人的旅游合法权益，以书面或口头等公开的形式向有关旅游行政管理部门或旅行社提出投诉，请求处理的行为。

11．隐性投诉是指当旅游者对旅游接待服务或有关接待人员不满时，旅游者不向旅游主管部门或旅行社提出投诉，而是以“用脚投票”的方式来表达不满，具体而言就是不再购买该旅行社的产品或者传播旅行社的负面形象等。

12．旅行社供应厂商是指为了旅行社提供必需的生产要素的企业，在产业价值链中位于旅行社的上游，包括旅游饭店，旅游交通，旅游景点和购物场所等满足旅游者在旅游过程中所有需求的企业。

13．旅游目的地接团社是直接为旅游者提供有关旅游目的地路线，交通工具，饮食，观光以及其他旅游服务事项等相关信息和服务的旅行社，简称“地接社”。

14．总成本领先战略是指企业通过有效的途径降低成本，使企业的总成本低于竞争对手，甚至低于行业平均成品而采取的一种战略。

15．旅行社行业分工体系指的是不同类别的旅行社在各个市场区域和旅游产品流通环节中所扮演的角色及其相互关系。

简答题：

1．旅行社管理的基本理念：a.旅行社管理的企业服务观（旅行社的企业观和企业家意识；旅行社的职业经理人观；旅行社管理者的敬业爱岗观）b.旅行社管理的科学定位观（人力资源管理的人本导向；内部层级关系的科学定位；管理者的产业社会观）c.旅行社在管理的创新进步观。

2．旅游企业家应具备的条件：a.对旅游业有着发自内心的热爱，把旅游业视为展示自己才华的神圣舞台。b熟悉旅游业运行环境，操作技能并且有卓越的组织管理能力。c.有一定的人文底蕴。

3．观光旅游产品是指旅行社组织旅游者参观和游览旅游目的地的自然风光，名胜古迹和风土人情的产品形式。游览内容包括自然观光产品（地理人文景观，水域风光，气候天象，生物景观等）和人文观光产品（文物古迹，城乡风貌，文化艺术，民俗风情等）

4．广泛性销售渠道策略通常是旅行社在自设销售网点实习有限的情况下，为了扩大产品销

路而广泛选用旅游中间商销售产品。其优点是采用间接销售方式，选择较多的批发商和零售商销售产品，便于旅游者购买。由于销售渠道广泛，便于旅行社联系广大旅游者和潜在旅游者，在旅行社开始向某一市场推销产品时，采用这种渠道策略有利于发现理想的中间商。不足：成本较多，而且由于产品销售过于分散，难以形成固定的销售网络，会给旅行社的销售管理增加一定的困难。

5．选择性销售策略通常是指旅行社根据自己的销售实力和目标市场的分布格局，在同一目标市场上选择两家或两家以上有实力，彼此认同的少数中间商销售自己的产品，并与它们建立紧密的合作伙伴关系。优点：旅行社有目的地集中少数有销售能力的中间商进行产品推销，产品销售成本。缺点：如果中间商选择不当，则有可能影响相关市场的产品销售。

6．旅行社如何进行风险识别？

对旅行社的各个业务活动环节进行分析和考察，分析旅行社活动各环节所存在的责任风险，对旅行社的人员，财产状况进行分析，明确可能出现的人身财产风险，分析旅行社的财务状况，尤其要重视对应收账款的账龄，数额等分析，预测财务风险；根据历史资料及市场状况，竞争对手情况预测分析旅行社的市场风险。

7．战略实施的基本步骤：在旅行社中对企业战略进行广泛的诠释，以统一的思想，达成共识，建立于员工之间的反馈机制，澄清对战略的识解；建立各级规划，确定阶段性目标，进行任务和资源的分配；实施目标管理，奖惩和激励等措施，实现战略目标。

8．旅行社集团的核心企业成主体企业应具备以下条件：a.要有强大的经济实力和雄厚的资金，人才，管理基础。b.它占据的市场份额在同行中占有举足轻重的地位。c.在国内外具有较高的知名度和良好的信誉。d.具有多元经营的实力。e.核心企业必须是实体型的，避免行政翻牌公司转型为集团。

9．中国旅行社协会的宗旨是遵守国家宪法，法律，法规和有关政策，遵守社会道德风尚，代表和维护旅行社行业的共同利益和会员的合法权益，努力为会员服务，为行业服务，在政府和会员之间发挥桥梁和纽带作用，为中国旅行社业的健康发展作出积极的贡献。

10．在旅行社建立品牌的过程中，文化内涵将发挥重要的作用。对旅行社来说，加深经营的文化内涵，进行文化竞争，有以下几个方面需要加强：a.是形成旅行社统一的标志，统一的外观，统一的品牌，统一的服装，统一的企业精神和理念。b.是发展企业的服务个性。c.是在旅行社的经营中加深文化内涵。总之，通过企业品牌的xx及文化性竞争意识的形成，共同形成企业的整体个性，这样旅行社就能抓住经营的品牌化趋势。

论述题：

1.差异化战略的途径

在差异化战略下，产品开发的重点集中于提高产品质量和效用，多用于旅行社高档产品的开发。尽管旅行社产品易于被模仿，但旅行社仍然可以从品牌、市场、渠道和服务等方面来实现差异化战略，分别构成品牌差异化、市场差异化、渠道差异化和服务差异化。

1）品牌差异化旨在树立企业形象和品牌个性，以唤起消费者对品牌的注意，强化消费者的态度，促成消费者的购买行为并重复消费，直至建立品牌忠诚。在此需要指出的是，旅行社所有与品牌有关的传播性要素都应共同塑造一个完整的形象。品牌在顾客心中心中的形象越统一，品牌地位越强。

2）市场差异化是指按照旅游者的人口、地理、心理和消费行为等特征对旅游市场进行细分。市场差异化可以帮助旅行社创造出更适合目标市场的产品和价格，使分销渠道和传播渠道的选择更加方便，面临的竞争对手也更少。

3）渠道差异化，是指从广度和深度上拓展销售渠道：在广度上增加市场覆盖面，在深度上实现供应商、批发商、零售商和旅游者的多渠道销售。

4）服务差异化，作为无形产品旅行社产品的核心价值集中体现在服务上，服务的提供方式、种类和质量保证就成为了旅行社产品差异化的关键因素。

2、信息技术在旅行社业中的应用

1）信息技术在旅行社内部管理中的应用，尤其是大企业的内部管理。大型旅行社的各营业点之间信息沟通要通过高效率的信息系统来完成。管理信息系统的构建与应用是旅行社提高经营管理水平和办事效率、进行科学管理的必经之路。在国际互联网环境下，企业内部网技术的成熟为布点分散的旅行社管理信息系统的建立提供了技术保障。

2）信息技术应用于旅行社企业外部网的建设。由于旅行社的产品是住宿、交通、景点等单项旅游产品的组合，旅行社与合作单位之间建立外部网联系，可以加强企业之间的战略合作，及时互通信息，以应对千变万化的市场需求。

3）旅行社应用互联网和通信技术整合营销系统。加强市场信息搜集、促销、分销和客户关系管理等工作。首先，旅行社是以旅游者的空间移动为中心提供旅游服务的企业需求信息的获得是旅行社生存和发展的前提条件，营销调研信息系统效率的提高对于旅行社提高经营效率至关重要。此外，信息技术的普遍应用促使旅游者的消费行为模式发生相应的变化，而旅行社应用信息技术进行个性化的营销活动正好顺应了这一趋势。

3、旅行社组织设计的原则

要做好旅行社的人力资源管理，首先要科学地设计旅行社的组织结构。旅行社在组织结构设计过程中应遵循以下原则。

1）目标任务原则，就是根据旅行社的经营目标来确定旅行社的组织结构。不论部门怎样设计，最终都是要实现旅行社的销售功能、对旅游者的接待服务功能以及内部管理功能。相应的，旅行社就要有相应部门来完成这些功能，实现这些目标。

2）按岗定人原则，确定部门与岗位之后，旅行社的人力资源部门就要选择适合的人员填充到想要的部门与岗位中去。在这一环节中，关键是确定选择到适合的人员，做到任人唯贤、择优录用、避免任人唯亲与其他不正之风。

3）责权统一原则。要调动员工的积极性，很重要的一点就是要将各岗位的责任、权力和利益明确规定下来。

4）精干高效的原则。组织最忌讳机构臃肿、人浮于事。因此要严格控制旅行社员工的整体规模，尤其要注意一线员工和二线员工的数量配比，尽量减少职能部门的闲散人员。同时，要实现满负荷工作法，制定科学、合理、详细的岗位职责，培养一支高效的员工队伍。

5、旅行社如何避免责任风险？P2256、如何维护VIP顾客的忠诚度?P240

1）增加顾客的财务收益，给予优惠性奖励。

2）增加顾客的社交利益，促进二次消费。

3）与顾客建立稳定、便利的联系方式。

7、强调国内旅游和出境旅游的发展是基于哪几方面的考虑？P312

1）国民旅游的开展有助于提升本国居民的生活质量。

2）持续增长的国内旅游需求为大量中小旅行社的发展提供了极为有利的市场空间，也为民族企业与外资旅游机构的竞争提供了相对而有利的市场环境。

3）出境旅游市场的进一步扩大有助于缓解国际贸易摩擦和人民币升值压力。

4）加速发展的中国公民出境旅游市场为我国旅行社的跨国经营提供了坚实的市场基础，并为我国的旅行社增加了与国际合作时“讨价还价”的筹码。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找