

【旅行社经营与管理】

【The operation and management of travel agency】

一、基本信息

课程代码:【0060571】

课程学分:【4.0】

面向专业:【旅游管理】

课程性质:【院级必修课】

开课院系:职业技术学院商贸系

使用教材:教材【旅行社运营与管理,孙江虹,马宏丽主编,江苏大学出版社,2014年9月】

参考书目【旅游资源学,吴宜进主编,华中科技大学出版社】

【旅游管理基础,韩军编著,重庆大学出版社】

【旅游学概论,周武忠编著,化学工业出版社】

课程网站网址:云班课

先修课程:【旅游学概论】

二、课程简介

《旅行社运营与管理》以旅行社运营为考察对象,研究旅行社运营与管理的基本理论、旅行社运营与管理的运行机制。通过旅行社运营与管理的学习,使学生掌握旅行社运营与管理的基本理论,掌握旅行社运营与管理的基本分析方法,能够较熟练地运用旅行社运营与管理的基本理论和方法来分析和解决实际问题,不断提高分析和解决实际问题的能力。

三、选课建议

《旅行社运营与管理》属于专业基础课,适合旅游管理专业学生第三学期学习。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L01: 品德修养	
L02: 专业能力	●
L021: 旅行社运营与管理操作能力	●
L022: 旅行社运营与管理数字运作管理能力	●
L023: 旅行社运营业务操作能力	
L025: 国际市场营销能力	
L03: 表达沟通	●
L04: 自主学习	
L05: 健康发展	
L06: 协同创新	
L07: 信息应用	
L08: 国际视野	

注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	L021	能够准确理解旅行社运营与管理操作能力。	采用启发式教学方式，引导学生分析相关案例；学生之间开展讨论，进行交流与沟通。	以课堂表现的形式计入平时成绩
2	L022	能够用所学旅行社运营与管理基本原理解释社会现象，解决实际问题	采用小组课堂展示的方式查找资料，调查现状，分析原因，进而提出对策建议。创新点可以是思路方面、展示方式方面、对策建议方面、团队协作方面等。	以课堂表现的形式计入平时成绩
3	L023	能分析不同国家的旅行社运营与管理等，比较这些国家背后的原因，并根据所学提出相应的对策建议。	可采取情景模拟、头脑风暴、案例分析等方式	以课堂表现的形式计入平时成绩
4	L03	当众表达沟通	合作学习法 讨论学习法	以课堂表现的形式计入平时成绩

六、课程内容

第1章 旅行社的产生与发展；性质与职能

教学内容：

- 1.1. 旅行社的产生与发展的基本问题
- 1.2 旅行社的性质与职能
- 1.3 旅行社运营与管理的研究方法及框架

能力要求：

- ①知道旅行社运营与管理的研究对象；

②理解旅行社的性质与职能

③了解旅行社运营与管理的研究方法及框架

教学重点：理解旅行社的性质与职能

教学难点：旅行社运营与管理的研究方法及框架

理论学时：3 学时

第 2 章 旅行社的基本业务和类型

教学内容：

2.1 旅行社的基本业务的特点

2.2 旅行社的基本类型

能力要求：

①知道旅行社的基本业务的特点

②理解旅行社的基本类型

理论学时：6 学时

第 3 章 旅行社的设立条件、基本程序

教学内容：

3.1 旅行社的设立条件

3.2 旅行社设立的基本程序

能力要求：

①掌握旅行社的设立条件；

②理解旅行社设立的基本程序；

理论学时：3 学时

第4章 旅行社的组织设计与组织管理

教学内容：

4.1 旅行社的组织设计与组织管理；

4.2 旅行社的行业管理

能力要求：

①知道旅行社的行业管理；

②分析旅行社的组织设计与组织管理；

教学重点：旅行社的组织设计与组织管理

教学难点：旅行社的行业管理

理论学时：3 学时

第 5 章 旅行社产品的概念与特性

教学内容：

5.1 旅行社产品的概念与特性

5.2 影响旅行社产品开发的因素

能力要求：

①理解旅行社产品的概念与特性

②了解影响旅行社产品开发的因素

理论学时：3 学时

第 6 章 旅游线路的设计旅行社市场营销概述

教学内容：

6.1 旅游线路的设计

6.2 旅行社市场营销

能力要求：

①知道旅游线路的设计与基本含义；

②理解旅行社市场营销得出过程；

教学重点：

旅行社市场营销

教学难点：旅游线路的设计

理论学时：3 学时

第 7 章 旅行社产品的价格策略和销售渠道

教学内容：

7.1 旅行社产品的价格策略

7.2 旅行社产品的销售渠道

能力要求：

①掌握旅行社产品的价格策略

②掌握旅行社产品的销售渠道

教学重点：旅行社产品的价格策略

教学难点：旅行社产品的销售渠道

理论学时：3 学时

第8章 旅行社产品的促销方法及产品品牌化

教学内容：

8.1 旅行社产品的促销方法

8.2 旅行社产品品牌化

能力要求：

①掌握旅行社产品的促销方法

②掌握旅行社产品品牌化

理论学时：3 学时

第 9 章 团体旅游接待服务的管理

教学内容：

9.1 团体旅游接待服务的管理

9.2 散客旅游接待服务的管理

能力要求：

①掌握团体旅游接待服务的管理

②掌握散客旅游接待服务的管理

理论学时：3 学时

第 10 章 旅行社门市接待业务与管理

能力要求:

①掌握旅行社门市接待业务与管理

②理解旅行社产品的售后服务

教学重点: 行社门市接待业务与管理

教学难点: 旅行社产品的售后服务

理论学时: 3 学时

第 11 章 旅行社的人力资源管理

教学内容:

11.1 旅行社的人力资源管理

11.2 旅行社服务质量管理

11.3 旅游者投诉管理

能力要求:

①知道旅行社的人力资源管理基本含义;

②理解旅行社服务质量管理 旅游者投诉管理;

教学重点:

旅行社服务质量管理

教学难点: 旅游者投诉管理;

理论学时: 6 学时

第 12 章 旅游服务中的安全管理

能力要求:

①知道旅游服务中的安全管理基本含义;

②理解旅行社经营风险的管理

教学重点:

旅行社旅游服务中的安全管

教学难点: 旅行社经营风险的管理;

理论学时: 3 学时

第 13 章 旅行社经营风险

能力要求:

①知道旅游服务中的安全管理基本含义;

②理解旅行社经营风险的管理

教学重点:

旅行社旅游服务中的安全管理

教学难点: 旅行社经营风险的管理;

理论学时: 3 学时

第 14 章 旅行社未来的发展趋势

教学内容:

13.1 集团化趋势

13.2 专业化趋势

13.3 网络化趋势

13.4 品牌化趋势

能力要求:

- ①知道集团化趋势含义;
- ②理解专业化趋势的管理
- ③了解网络化趋势的研究方法及框架
- ③掌握品牌化趋势管理

教学重点:

旅行社旅游服务中的品牌化趋势

教学难点: 旅行社网络化趋势;

理论学时: 3 学时

七、课内实验名称及基本要求

序号	实验名称	主要内容	实验时数	实验类型	备注
1	计调业务	报价; 预报计划; 编制团队动态表; 编制接待计划; 计划确认; 编制概算。	4	演示型	
2	旅游线路设计	搜集相关交通、酒店、景点、购物等信息, 初步确定所在地范围内的特色旅游线路, 线路要突出主题, 体现线路设计的原则; 线路完整。	6	设计	
3	产品采购	订房、订车、订餐、机票、车票、景区、领队、导游安排、安排地接社	6	演示型	

八、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
1	期终闭卷考	50%
X1	课堂表现	10%
X2	平时作业	20%
X3	课堂展示	20%

撰写人：王建喜

系主任审核签名：

Handwritten signature in black ink, appearing to be '陶以群'.

审核时间：2023.9.3