

# 《旅行社经营管理》课程教学大纲

## 一、课程基本信息

课程代码：082033

课程名称：旅行社经营管理

英文名称：Operation and Management of Travel Service

课程类别：学科基础课

学 时：32 学时

学 分：2 分

适用对象：旅游管理专业本科生及副修旅游管理本科者

考核方式：考试

先修课程：旅游学、旅游经济学、旅游心理学、旅游市场营销等

## 二、课程简介

本课程是旅游管理专业基础课，以旅行社的经营与管理为研究对象，理论与实务结合紧密，主要研究旅行社经营管理的对策与战略。其主要内容包括旅行社的创立与发展、旅行社的市场定位策略、旅行社质量管理策略、旅行社人力资源策略、旅行社财务管理策略等内容。通过该课程的学习，学生可以掌握旅行社经营管理的基本理论与方法，并熟练运用有关理论对具有对旅行社经营管理过程中出现的问题有分析和解决的实际能力。

This course is the basic one for Tourism Management, taking management of travel services as research objects, integrating theory and practice, and its main content includes the foundation and development, the positioning strategy, the quality control strategy, human resource strategy, and financial management strategy of travel service in China. After the study of this course, the student should master the basic theory and methodology of management of travel service in China, with which, the related problems should be handled properly on the management of travel service in China...

### 三、课程性质与教学目的

#### 课程性质

《旅行社经营管理》是一门交叉性、应用性课程，是综合运用管理学、旅游经济学、旅游心理学、旅游地理学等学科的理论对旅行社经营与管理中出现的问题进行分析并提出解决方案的一门课程，是旅游管理专业的基础课程。

《旅行社经营管理》的学习，可以使学生了解旅行社经营管理的基础知识，理解旅行社经营管理的战略环境，熟悉旅行社的运作规范，掌握从事旅行社经营和管理的理论和实践的研究方法，为日后在旅行社从事管理工作奠定相关知识与能力基础。

#### 教学目的：

1. 使学生了解旅行社的创立与发展，掌握旅行社创立的必要条件，了解旅行社发展的趋势；
2. 使学生掌握旅行社市场细分、目标市场的确定及市场定位的策略与方法；

3. 使学生掌握旅行社的定价策略、销售策略；
4. 掌握旅行社质量管理的基本理论与方法；
5. 了解旅行社接待业务过程；
6. 掌握旅行社人力资源的策略；
7. 掌握旅行社采购的要求与策略
8. 掌握旅行社财务管理的主要理论与指标。
9. 掌握战略管理的概念与主要内容，能够识别旅行社风险，能够对旅行社经营存在问题进行诊断并提出解决方案。

#### 四、教学内容及要求

##### 第一章 旅行社战略与风险管理

###### （一）目的与要求

1. 了解旅行社研究内容、国内外旅行社管理研究概况；
2. 使学生了解旅行社创立的必要条件；
3. 掌握旅行社战略确定的主要内容：确定旅行社使命、主要政策及如何划分战略经营单位；
4. 掌握旅行社风险的种类及其控制的组织设计。

###### （二）教学内容

###### 第一节 旅行社创立及战略管理

###### 1. 主要内容

该章主要介绍旅行社研究内容、国内外旅行社管理研究概况、旅行社创立的必要

条件、旅行社战略确定的主要内容：确定旅行社使命、主要政策及如何划分战略经营单位及旅行社风险的种类及其控制的组织设计。

## 2. 基本概念和知识点

旅行社创立的外部影响因素包括旅游业的发展状况及国家的有关政策, 特点掌握中国进富起来、强起来后进入新时代的战略环境的分析；影响旅行

社创立的内部因素包括资金的筹措、场所的选择、协作网络与客源渠道。我国设立旅行社的政策要求：注册资金与旅行社质量保证金的要求；经营人员的职业资格要求；营业场所及必要营业设施的要求。

旅行社产权管理。旅行社产权及其构成要素。我国旅行社的产权形式包括国有独资公司、股份有限公司、有限责任公司、股份合作公司与中外合资公司。

旅行社的组织设计的影响因素：旅行社业务的特点及专业化程度；部门化的基础、管理的跨度与社会适应性。我国旅行社组织设计的演变及再造。

旅行社的行业组织。

旅行社使命的确定须考虑旅行社历史、所有者的意图、市场环境的变化及旅行社优劣势；旅行社命名说明书包括对旅行社活动范围、主要政策及远景方向的说明；旅游的主要政策包括其的市场政策、其对顾客的政策、及与政府等部门的政策、还有旅行社功能性政策等；划分旅行社战略单位的标准为同一战略经营单位的业务是独立的、具有相同的特点及特定的竞争者，划分的主要依据是共同的经营主线；四象限法与九象限法的含义与应用；确定旅行社新业务发展的三种策略的含义与应用条件

## 3. 问题与应用：

如何确定旅行社的发展战略？如何对旅行社经营中存在问题进行诊断？如何确定



旅行社新业务发展的领域与方向？

## 第二节 旅行社经营风险及管理

### 1. 主要内容

本节主要介绍旅行社经营风险的定义、种类、识别及其在组织上如何控制等内容。

### 2. 基点概念及知识点

旅行社经营风险的四个特征：客观可度量；一定的时空条件；可防范的；其发生会影响旅行社的利益；旅行社经营风险的类型：主观风险与客观风险；表态风险与动态风险；管理风险；旅游风险的界定：损失的对象、原因、数量与单位。旅行社风险的识别方法包括调查分析法与财务报表分析法。旅行社风险管理的组织根据不同规模的旅行社各有不同。旅行社风险管理的控制：包括建立风险经理岗位责任制合理运用风险管理技术。

建立风险经济岗位责任制目的是控制旅行社风险管理全过程：旅行社计划结构、指导、成本、差异、目标。

合理运用风险管理技术包括：回避、预防、结合、转移。有效运用现政策、计算控制备选技术的成本效益，发展较优成本效益技术及低成本风险财务方法

旅行社风险控制的内部组织系统：

旅行社不同部门存在的风险：

财务部门：分析资料来源、本身制度不全可能带来的损失

销售部门：质量与公共关系、客源市场、市场竞争

接待部门：旅游者人财损失、活动中断、服务质量

人事部门：人才损失

旅行社风险的控制：设置控制标准：活动标准、效果标准；对比标准：高于、低于、符合标准；纠正行为：未来更好地发展

### 3. 问题及应用

应用旅行社风险理论对旅行社潜在风险进行诊断；不同规模的旅行社中，旅行社经营风险如何识别；如何在组织设计上加以有效控制

#### （三）课后练习

1. 四象限法与九象限法在旅行社战略管理中有什么作用？
2. 如何最大程度降低旅行社经营风险？
3. 案例分析

#### （四）教学方法与手段

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

## 第二章 旅行社市场定位与产品策略

### （一）目的与要求

1. 掌握旅行社市场定位的理念与方法；
2. 掌握旅行社产品的开发原则；
3. 掌握旅行社产品的各个组成部分。

### （二）教学内容

#### 第一节 旅行社市场细分

1. 主要内容：旅行社市场细分的含义、作用、要求、程序与标准；在此基础上确定目标市场的标准和程序；旅行社市场定位的因素与方法。

## 2. 基本概念与知识点

旅行社市场细分的含义指的是：旅行社不同细分市场的消费特征不同；同一细分市场具有相同的消费特征；是分解与聚合的统一。

旅行社市场细分的作用在于可以帮助旅行社制定总的战略与使命，寻找最佳市场机会；确定最优市场策略打好基础。

旅行社市场细分的要求，旅行社细分市场应具有可衡量性、规模适度并有潜力发展。

旅行社市场细分的程序为首先确定旅行社经营的市场范围，然后确定旅行社进行市场细分的因素与标准，对各个细分市场进行命名，最后分别在需求与竞争方面分析各个细分市场的经营机会。

旅行社目标市场的选择指的是旅行社用其服务与产品来充分满足的一组或几组的特定的顾客群体。或者说是一个或几个细分市场的旅游者。旅行社目标市场的选择标准：细分市场规模与发展潜力；市场结构（行内、潜在竞争者、中间商的侃价能力）；经济目标与旅行社可利用的资源。

旅行社目标市场选择过程是指在上述选择标准基础上对目标市场进行评估，包括①评估各类细分市场的经营业绩②判断每一个细分市场的经营吸引力③确定竞争对手。

旅行社市场定位一般从五个方面即为旅游者带来的价值利益、产品的性质功



能、产品的质量等级、竞争对手经营要素、旅游者需求特点等。一般分三步进行：收集有关信息需求、竞争者产品、未满足需求、本企业优劣势；分析并确定竞争对手的位置；确定本旅行社的竞争位置。旅行社的市场细分、目标市场的确定、市场定位策略等被人合称为FTP策略，即这三个内容的英文首字缩写。一句话来概括旅行社的FTP策略，即树差异，入人心。

### 3. 问题与应用（能力要求）

能运用旅行社的FTP策略为具体的某家旅行社进行市场再定位。

### 第三节 旅行社产品策略

1. 主要内容：旅行社产品的内涵与形态、影响旅行社产品开发的因素、旅行社产品设计的基本原则、旅游服务的采购。

#### 2. 基本概念和知识点：

旅行社产品的内涵与特征：不可感知性、不可分离性、差异性、不可储存性、缺乏所有权、脆弱性、综合性。

旅行社产品的服务组合：服务要素、服务形态、服务水平、旅行社客源的数量与结构等。旅行社产品的递送系统的重要影响因素包括易接近性、顾客与企业的交换过程、顾客的参与、品牌、社会形象及公众口碑等。

旅行社产品的形态：团体包价旅游、半包价旅游、小包价旅游、零包价旅游、单项服务等。

影响旅行社产品开发的因素：外部因素包括资源禀赋、设施配置、旅游市场需求等；内部影响因素包括：旅行社的发展战略、市场定位、人力资源状况、财力状况、

市场拓展能力、协作网络的广度与稳定程度、接待能力及信誉所决定的综合竞争力。

旅行社产品设计的基本原则：市场原则、经济原则、旅游点间结构合理原则、交通安排合理、服务设施有保障、内容丰富多彩等原则的含义与要求。

旅行社服务的采购的两大基本任务：降低成本与保证供应。旅行社服务采购需要处理的几个关系：在互惠互利与公关基础上建立广泛的协作网络、正确处理保证供应与降低成本的关系、正确处理集中采购与分散采购的关系；正确处理退订与预订的关系；加强对采购合同的管理。

旅行社采购合同的主要内容：合同标的；数量与质量；价格与付款办法；合同期限及违约责任。

### 3. 问题与应用（能力要求）

能根据广东某市的旅游需求及某旅行社的情况开发旅游产品。熟悉旅行社产品采购的基本原则，并能据之确定特定形势下的谈判重点。

#### （三）课后练习

1. 试搜集资料比较两家竞争实力接近的旅行社的定位策略的异同之处；
2. 评价所在地的旅行社产品开发状况；
3. 进行旅行社采购虚拟谈判。
4. 起草一份旅行社采购合同。

#### （四）教学方法与手段

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

### 第三章 旅行社的销售与促销策略

#### （一）目的与要求

通过本章的学习，学生应该掌握旅行社的销售渠道策略、旅行社促销的作用及促销预算的方法，能够在旅行社的经营中恰当选择正确的销售与促销策略。

#### （二）教学内容

##### 第一节 旅行社销售策略

1. 主要内容：旅行社的价格策略、旅行社销售渠道管理及旅行社产品销售过程的管理。

##### 2. 基本概念和知识点

旅行社的价格策略：旅行社产品定价的依据；影响旅行社产品价格的因素；旅行社定价方法与策略；旅行社汇率变化对策；旅行社定价方法与策略：成本导向与顾客导向相结合下的成本加成法确定基本价格，取脂定价策略、渗透定价策略、心理定价、优惠价与差价。

旅行社渠道策略：广泛性销售渠道策略；选择性销售渠道策略；专营性销售渠道策略；旅行社中间商的选择与管理。

旅行社销售过程的管理：旅行社产品销售过程的特点；旅行社产品销售方式；旅行社销售过程的管理的措施。

##### 3. 问题与应用（能力要求）

根据旅行社不同产品确定恰当的定价策略。根据旅行社在目标市场不同阶段的销售渠道正确策略的选择。

## 第二节旅行社的促销策略

1. 主要内容：旅行社促销目标的确定与促销预算。旅行社促销预算的几种可供选择的方法与策略。

### 2. 基本概念与知识点：

旅行社促销目标确定的分类、意义与要求；旅行社理论上促销预算的含义；旅行社促销预算应考虑的因素；实践中旅行社促销预算的方法：销售额百分比法；利润额百分比法；目标达成法；竞争对抗法；支出可能法。

旅行社促销要素组合。

旅行社促销效果评价的两类方法：销售效果测定方法；促销自身效果测量的指标。

### 3. 问题与应用（能力要求）

能结合某旅行社所面对的市场形势与旅行社本身可利用的资源选择恰当的销售渠道策略与促销策略。

### （三）课后练习：

1. 旅行社产品的定价变化的上下幅度是什么？
2. 影响旅行社产品价格的主要因素有哪些？
3. 某旅行社对明年的海外中间商报价时，对汇率的影响应做何考虑？
4. 今年某旅行社的新产品采取的是什么定价策略？试分析其采用如此策略的原因。
5. 举例说明一个旅行社目前在海外某旅游目的地国家的销售渠道策略，试分析

其决策的主要依据。

6. 在发生额外附加费用时，通常国际旅行社是如何应对的？

7. 如何加强对旅行社销售过程的管理？

8. 某旅行在进行一年的促销后，市场份额依然没有扭转，处于竞争对手之后，这家旅行社这年的促销是失败的吗？

#### （四）教学方法与手段

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

### 第四章 旅行社质量管理

#### （一）目的与要求：

通过本章的教学，使学生在熟悉旅行社接待服务流程的基础上，掌握旅行社质量管理的基本理论，掌握对旅行社服务质量衡量的切入口与指标体系，并据之指导旅行社文化建设及人力资源考评。

#### （二）教学内容

##### 第一节 旅行社导游人员的管理

#### 1. 主要内容：

旅行社接待业务的管理：旅行社导游员的管理；旅行社团体旅游的接待管理；旅行社散客旅游业务的管理。

#### 2. 基本概念和知识点：

导游员的概念与分类；导游员的基本素质与知识；导游员的能力要求；导游员的培训。

旅行社团体旅游接待管理：旅行社团体旅游接待管理的原则；团体旅游接待服务的共性与个性特点；散客旅游业务管理的类别与特点。

旅游咨询业务及选择性旅游的接待与管理。

### 3. 问题与应用（能力要求）：

熟悉旅行社接待管理的业务、流程，能运用不同业务的特点分析解决实际工作中出现的问题。

## 第二节 旅行社的质量管理

1. 主要内容：旅行社质量及其衡量方法；旅行社质量管理及其售后服务。

2. 基本概念和知识点：

旅行社质量含义：符合标准与要求；满足或超过顾客的期望。

帕拉苏拉曼的质量观：服务的质量是其感受到的服务与其期望之间的差距。在顾客期望、管理层感觉、服务质量操作规范、旅游服务的实际表现及对外沟通方面都存在差距。

旅行社最基本的客观质量标准：产品好；顺利实施如计划；安全；服务人员素养好。

影响质量的五个环节：有形因素；可靠性；快速反应；保证；移情。

满足或超过顾客的期望的五个方面的标准：技术质量（technical quality），指的是操作过程的度量，顾客的客观要求是否满足；功能质量（functional quality）是顾客与服务提供者之间的互动过程度量；社会质量（social quality）；伦理质量(ethical quality)，指旅行社向旅游者提供的服务应符合社

会的伦理道德。

旅行社的质量管理的内涵；旅行社质量管理的措施：标准与规范控制；合同约束；避免不确定性；补救措施；信息反馈与检查线路。ISO9000的基本、内容与旅行社产品设计、与旅行社的市场营销。

### 3. 问题与应用（能力要求）

运用帕拉苏拉曼及种质量理论分析具体旅行社质量管理中出现的问题。

## 第三节旅行社员工的绩效考评与旅行社企业文化的建设

### 1. 主要内容：

旅行社绩效考评的性质、特点、作用、基本原则、种类与内容。旅行社企业文化的内容与结构、构成要素、作用与特点。

### 2. 基本概念和知识点：

旅行社绩效考评的性质及特点：经过考评的工作行为、表现及结果，具有多因性与多维性。旅行社绩效考评是维持提高工作效率的手段；贯彻按劳分配建立合理的奖酬制度的基础；合理用人积极性发现人才的依据；制定和调整培训计划的重要依据。旅行社进行绩效考评的基本原则是：明确公开、客观考评、单头考评、反馈、差别。旅行社绩效考评有四种不同类别，其考察内容与重点各不相同。

旅行社企业文化的内容与结构：企业在长期的经营管理实践中逐步形成的共同的文化观念，由企业领导者倡导、为全体员工所认同的本企业的群体意识和行为准则。旅行社文化的结构：物质层、制度层、精神层。旅行社文化的构成要素：目标、价值观、道德、精神、民主、制度、环境、形象。旅行社文化的作用：观念导向、

制度完善、群体识别、员工激励。旅行社文化的特点：服务意识、文化意识、协作意识、经营意识。

### 3. 问题与应用（能力要求）

结合旅行社的市场营销、产品设计、销售、促销等内容，能正确对旅行社的某一类员工的绩效进行考评。根据旅行社企业文化的有关理论，对某一旅行社的文化建设现状进行评价与诊断。

#### （三）课后练习：

1. 运用旅行社质量管理的有关理论对旅行社出现投诉的各种原因进行分析。
2. 如何对旅行社销售人员进行绩效考评。
3. 试对广东铁道中国青年旅行社的企业文化进行评价与诊断。
4. 能运用质量管理理论、旅行社企业文化理论、旅行社绩效评估等理论对具体的旅行社管理案例进行分析。

#### （四）教学方法与手段

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

## 第五章 旅行社财务管理

### （一）目的与要求：

通过本章的学习，使学生熟悉旅行社财务管理业务的主要内容，掌握旅行社财务管理的主要指标，能为旅行社战略管理及风险管理、旅行社市场营销管理等熟练运用有关财务数据进行分析与评价。

### （二）教学内容：



## 第一节 旅行社营业收入与利润的管理

### 1. 主要内容：

旅行社营业收入的管理；旅行社利润的管理。

### 2. 基本概念和知识点：

旅行社营业收入的构成：综合服务费；房费；城市间交通费；专项附加收入；单项服务收入。

旅行社确认收入的原则：权责发生制，旅行社提供了合同规定的服务；且已收款或收款权利凭据。

旅行社收入确认时间的原则：入境国内出境旅游者以旅行社提供的服务结束时为准。

旅行社利润的构成：营业利润+投资净收益+营业外收支净额。营业利润包括：营业收入、营业成本、营业费用、营业税金、管理费、财务费等，还包括投资净收益及营业外收支净额。

旅行社营业利润的分析从以下几个方面进行：利润总额分析：比上期增减额、率，完成计划百分比，超额或未完成计划百分比；利润总额构成因素分析：竞争原因，市场原因，自身原因，发现问题，评价；通过严格控制费用的因素对比法进行营业利润分析。

旅行社利润管理措施：确定目标利润，熟悉量本利分析法；熟悉不同资本构成旅行社的利润分配顺序。股份制旅行社的利润分配顺序：所得税，公益金，优先股股利，按公司章程或股东会议决议提取盈余公积金，支付普通股股利。非股份制旅行

社的利润分配顺序：支付被没收的财务损失和各项税收的滞纳金、罚款；弥补过去年度亏损；提取法定盈余公积金；公益金；向投资者分配利润。

### 3. 问题与应用（能力要求）

能根据某旅行社损益表对旅行社的利润总额、构成及营业利润进行分析。熟悉旅行社营业成本、营业费用、管理费用、财务费用等的概念。能利用量本利方法对某旅行社新产品的门槛值进行分析。

## 第二节 旅行社的结算管理

1. 主要内容：旅行社正常情况下的结算；旅行社特殊情况下的结算。

2. 基本概念和知识点：

旅行社正常情况下的结算业务：

综合服务费的结算：审核结算内容，领队、全陪、地陪之间的结算通知单。综合服务费=实际接待人天数×人天综合服务费价格。确定结算方式，了解三大旅行社系统在不满一天时的结算方法。

其他费用的结算：

房费，自订房与酒店直接结算；代订房房费=实际房天数×房价（双人房差额承担按协议办事），12点前退房。

餐费，纳入综合服务费中一起计算或者餐费单列计算：餐费=用餐人次数×用餐标准

其他费用如市间交通费，门票费和专项附加费，按事先达成的协议，付款方式可以是电汇、信汇、票汇。

旅行社特殊情况下的结算：

跨季节的结算：不同季节不同价格，三个旅行社系统是不同的；

等级变化的结算：因分团活动导致的等级变化或者直接由旅游者付差额；或征得旅行社同意后按新标准向组团社征收。因部分旅游者中途退团造成等级变化，按有数与等级收费与计算，离开个人自费。

晚间抵达或清晨离开的旅游团队的费用计算：接送费用=人数×计价标准

### 3. 问题与应用（能力要求）：

能对不同情况下的旅行社接待服务进行结算。

## 第三节 旅行社财务分析

### 1. 主要内容：

旅行社的财务报表与旅行社财务分析。

### 2. 基本概念和知识点：

旅行社的资产负债表的阅读。旅行社资产=负债+所有者权益。旅行社资产负债表的作用：反映旅行社资产结构、流动性、资金来源、负债水平与结构，反映了旅行社的变现能力、偿债能力、负债结构和资产管理的水平等。

旅行社的现金流量表的作用。

旅行社财务的增减分析：编写连续两期或者多期比较表，可发现问题。

旅行社的比率分析：流动比率，速动比率，应收账款周转率，资产负债率，资本利润率，营业利润率，成本费用率。

### 3. 问题与应用（能力要求）

能够熟练运用旅行社资产负债表、现金流量表等财务数据计算有关比率，并解

释其财务意义，为旅行社战略管理及风险管理提供财务依据。

(三) 课后练习:

1. 旅行社流动比率，速动比率，应收账款周转率，资产负债率，资本金利润率，营业利润率，成本费用率等指标如何计算，其财务意义如何？对旅行社战略决策及风险管理有何作用？

2. 对某一旅行社编写多期损益表，看看该旅行社经营存在什么问题？

(四) 教学方法与手段

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

采用多媒体教学手段，教学方法以讲授为主。

五、各教学环节学时分配

数 课程内容	教学时					小计
	讲课	习题课	讨论课	实验	其他教学环节	
第一章	8					6
第二章	10		2			6
第三章	10		2			6
第四章	10					6
第五章	8					6
复习		2				2

机动		2				2
合计	46	4	4			54

## 六、推荐教材和教学参考资源

推荐教材：

1. 旅行社经营管理第2版，陈建斌，华中科技大学出版社，2017.4
2. 旅行社经营管理,第1版，国家旅游局人事劳动教育司编，旅游教育出版社，1999
3. 杜江，《旅行社经营管理》，天津：南开大学出版社，2001

参考书籍：

1. J·克里斯托弗·霍洛韦著,向萍,杜江,张伯山译.旅游业.桂林：漓江出版社,1987
2. C·J·霍洛韦.论旅游业、二十一世纪教程.北京：中国大百科全书出版社,1997
3. (英)伦纳德·J·利克里什,卡森·L·詹金斯著,程尽能等译.旅游学通论.北京：中国旅游出版社,2002
4. 查尔斯·R·戈尔德耐等著.旅游业教程.大连：大连理工大学出版社,2003
5. 谢彦君等编著.旅游学概论.东北财经大学出版社，1999年
6. 国家旅游局人事劳动教育司编.旅游学概论.中国旅游出版社，2001年
7. 黄福才编著.旅游学概论.厦门大学出版社，2001年
8. 刘伟、朱玉槐著.旅游学.广东旅游出版社，1999

9. 孙文昌、郭伟著. 现代旅游学. 青岛出版社, 1997年.
10. 马勇主编. 旅游学概论. 高等教育出版社, 1998
11. 赵长华主编. 旅游学概论. 福建人民出版社, 1999
12. 查尔斯·R·戈尔德耐等著. 旅游业教程. 大连理工大学出版社. 2003
13. Adrian Bull. The economics of travel and tourism(Second Edition). DaLian Dongbei University of Finance and Economics Press, 2004
14. 田里. 旅游经济学(第一版). 北京: 高等教育出版社, 2004
15. 林南枝, 陶汉军. 旅游经济学(第三版). 上海: 上海人民出版社, 2001
16. [美]查尔斯·R·戈尔德耐 旅游业教程: 旅游业管理、方法与实践(第八版). 大连: 大连理工大学出版社, 2003
17. (英)佩吉等著. 现代旅游管理导论. 北京: 电子工业出版社, 2004
18. 王大悟、魏小安. 新编旅游经济学. 上海: 上海人民出版社, 1998
19. Aislabie, Colin: Economics of Tourism: Case Study and Analysis, University of Newcastle, Australia, 1988
20. 杜江, 戴斌, 《旅行社管理比较研究》, 北京: 旅游教育出版社, 2000. 8
21. 旅游经济学, M.Thea Sinclair, Mike Stabler, 宋海岩, 沈淑杰译, 高等教育出版社, 2004
22. 杜江, 《旅游企业跨国经营研究》, 北京: 旅游教育出版社, 2001
23. 课题组, 中国旅行社发展现状与发展对策研究, 北京: 旅游教育出版社, 2002  
期刊:

1. 旅游学刊(北京市教委主管, 北京联合大学旅游学院主办)
2. 旅游科学(上海市教委主管, 上海旅游高等专科学校主办)
3. 旅游管理(中国人民大学书报资料中心)
4. 旅游调研(国家旅游局主管主办)

网站:

1. 中国旅游报, [www.ctnews.com.cn](http://www.ctnews.com.cn)
2. 中国旅行社协会, [www.cats.org.cn](http://www.cats.org.cn)
3. 中国旅游网, [www.cnta.com](http://www.cnta.com)
4. 中国旅游车船协会, [www.ctaca.com](http://www.ctaca.com)
5. 中国旅游饭店网, [www.ctha.com.cn](http://www.ctha.com.cn)
6. 金旅雅途网, [www.yahtour.com](http://www.yahtour.com)
7. 中国国际旅行社总社, [www.cits.cn](http://www.cits.cn)
8. 青旅在线, [www.cytsonline.com](http://www.cytsonline.com)
9. 中国旅行社总社, [www.ctsho.com](http://www.ctsho.com)
10. 世界旅游组织, [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

## 七、其他说明

大纲修订人: 陈建斌      修订日期: 2019年1月1日

大纲审定人:                      审定日期: