

湖南省高等教育自学考试

课程考试大纲

旅行社经营与管理

(课程代码: 00191)

湖南省教育考试院组编
2016 年 12 月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：旅行社经营与管理

课程代码：00191

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

旅行社经营与管理是高等教育自学考试旅游管理（专科）专业的专业核心课程，对培养考生的良好职业素养、旅游服务能力、较好的专业实践能力、社会交往能力以及网络技术应用能力起主要的支撑作用。

本课程注重理论性与实用性相结合，教材内容具有与业界实际发展紧密联系的特点。课程以旅行社的相关理论为基础，对旅行社经营管理的基本理论、业务构成与操作流程、行业发展态势与环境规制等进行了深入探讨，是一门理念先进、体系科学、内容新颖、操作性强的课程，可以促使旅游管理专业更好地对接旅游行业和企业。

二、课程目标与基本要求

本课程的设置目的是为了使学生能够拥有良好的服务意识、职业能力与综合素质，掌握旅行社经营与管理的基本理论、业务流程及工作过程，提升旅游服务能力与专业实践技能，为旅行社行业培养高技能、高素质的经营管理人才服务。

通过本课程的学习，要求考生对国内外旅行社业的发展状况、旅行社行业经营管理的基本理论、旅行社业务流程及运作程序、旅行社业务管理理论及旅行社发展趋势等知识，能有正确的认识、清楚的理解、熟练掌握与综合运用。

三、与本专业其他课程的关系

旅行社经营与管理课程与旅游管理专业的其他课程，如基础旅游学、饭店管理概论、餐饮服务、旅游市场营销学、旅游企业投资与管理等联系密切，在理论上具有共通之处，既互为补充，又独具自身的教学特色。

第二部分 课程内容与考核目标

第一章 旅行社行业发展概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生全面了解旅行社的产生、发展、分工体系和分类制度等有关旅行社的基本问题；掌握旅行社的性质与职能、产品与业务以及所包含的具体内容。

二、考核知识点与考核目标

（一）旅行社的产生与发展（次重点）

识记：托马斯·库克旅行社

中国旅行社

- 理解：托马斯·库克旅行社的发展历程
- 世界旅行社行业发展趋势
- 我国现代旅行社业发展阶段的划分及每阶段的发展特征
- (二) 旅行社的性质与职能（重点）
 - 识记：旅游分销渠道、旅游中间商、旅游批发商、旅游经营商、零售旅行代理商、专项渠道商
 - 理解：旅行社的服务内容
 - 旅行社的职能
 - 我国旅游分销渠道构成
- (三) 旅行社的产品与业务（重点）
 - 识记：旅行社产品的概念及类型
 - 前台业务的概念及内容
 - 后台业务的概念及内容
 - 理解：旅游者消费行为与旅行社业务流程的关系
 - 旅行社基本业务类型
- (四) 旅行社的分工体系与分类制度（次重点）
 - 识记：分工体系的内涵
 - 垂直分工的概念
 - 水平分工的概念
 - 理解：西方旅行社的分类制度
 - 日本旅游业的分类制度
 - 我国台湾省旅游业的分类制度
 - 应用：比较分析两种不同的分工体系

第二章 旅行社的设立

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生熟悉旅行社的设立的影响因素，全面了解旅行社设立的法律规定与基本程序、旅行社的组建方式和组织设计、旅行社经理人员的素质要求等；掌握旅行社工作的特点。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 影响旅行社设立的因素（次重点）
 - 理解：旅行社设立的外部因素
 - 旅行社设立的内部因素
- (二) 旅行社设立的要求与程序（次重点）
 - 识记：设立旅行社的条件
 - 设立旅行社分社的条件
 - 质量保证金的办理
 - 服务网点的定义

- 理解：旅行社及其分社机构设立的具体要求与程序
- 旅行社业务范围升级的具体要求
- 外商投资旅行社的设立要求与程序
- (三) 旅行社的组建形式（一般）
 - 识记：旅行社的产权的定义及基本构成要素
 - 理解：旅行社的五种不同组建形式
- (四) 旅行社的组织设计与组织管理（次重点）
 - 理解：旅行社组织设计的影响因素
 - 应用：比较分析三种旅行社典型组织结构
 - 比较分析我国旅行社行业的三种组织管理模式
- (五) 旅行社的职业要求（次重点）
 - 识记：旅行社工作的特点
 - 理解：旅行社经理人员的基本素质
- (六) 旅行社的行业组织（一般）
 - 识记：旅行社行业组织的概念、特征及功能
 - 理解：中国旅行社协会、世界旅行社协会、世界旅行社协会联合会的组织机构、宗旨等

第三章 旅行社的产品开发

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生熟悉旅行社产品的内涵、形态、设计原则、开发过程及采购技巧，初步具备旅行社产品设计和产品分析的能力。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 旅行社产品的内涵与形态（重点）
 - 识记：服务的概念与特征
 - 旅行社产品的内涵与特征
 - 团体包价旅游、半包价旅游、小包价旅游、零包价旅游、单项服务的概念及内涵
 - 理解：旅行社产品的不同形态
- (二) 影响旅行社产品开发的因素（次重点）
 - 识记：资源禀赋、设施配置、旅游需求的概念及内涵
 - 理解：影响旅行社产品开发的因素
- (三) 旅行社产品设计的基本原则（重点）
 - 理解：旅行社产品设计的基本原则
 - 应用：运用旅行社产品设计原则设计或者分析某项旅行社产品
- (四) 旅行社产品开发的过程（次重点）
 - 识记：产品构思来源
 - 理解：旅行社产品开发步骤及具体内容

- 应用：运用旅行社产品设计的原理分析某旅行社产品
- （五）旅行社旅游服务的采购（次重点）
- 识记：旅游服务采购的内涵
旅行社协作网络的类型
- 理解：旅游服务采购的任务
旅行社如何建立有效的协作网络
旅行社旅游服务采购管理

第四章 旅行社的销售管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握旅行社的销售策略，熟悉旅行社产品价格管理与渠道管理的基本理论和基本方法。

二、考核知识点与考核目标

- （一）旅行社目标市场的选择（一般）
- 识记：旅行社目标市场的入选条件与测试指标
- 理解：旅行社目标选择的程序
- （二）旅行社产品销售价格的管理（次重点）
- 识记：旅行社产品价格的特点与构成
- 理解：旅行社产品价格的影响因素
旅行社产品的定价依据、原则与过程
旅行社产品的定价目标、策略与方法
- （三）旅行社销售渠道的管理（重点）
- 识记：销售渠道的概念及分类
销售渠道的长度与宽度的概念
- 理解：销售渠道的类型
旅行社销售渠道的策略
旅游中间商的选择与管理的依据及内容
- （四）旅行社产品销售过程的管理（一般）
- 理解：旅行社产品销售过程及其管理
- （五）旅行社的售后服务（次重点）
- 识记：旅行社售后服务的定义及方式
- 理解：旅行社为什么要向旅游者提供售后服务

第五章 旅行社的促销管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握旅行社的促销策略，熟悉旅行社产品促销策略制定的过程和实施的要点，对旅行社的品牌策略具有初步的认识。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 旅行社产品促销策略的制定（次重点）
 - 识记：旅行社产品促销的概念
 - 理解：旅行社产品促销的作用与运作流程
 - 应用：针对某一旅行社产品，说明旅行社产品促销策略制定的基本思路
- (二) 旅行社的促销目标与促销预算（一般）
 - 识记：旅行社促销目标的内涵
 - 旅行社促销目标的类别与要求
 - 理解：旅行社促销目标的内容
 - 旅行社促销预算的方法
- (三) 旅行社的促销要素组合（次重点）
 - 识记：旅行社的促销方式类型与特点
- (四) 促销效果的评估与促销改进（一般）
 - 识记：促销效果的评估指标
 - 理解：促销效果的评估方法

第六章 旅行社的接待管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握旅行社接待管理的基本思路与方法，并对旅行社服务质量管理的重要性具有充分的认识。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 接待计划的制定与落实（次重点）
 - 识记：旅行社接待业务类型
 - 应用：针对某一旅行社产品，制定并落实旅行社的接待计划
- (二) 旅行社的接待业务流程（一般）
 - 识记：旅行社接待业务流程的概念
 - 旅行社接待服务的标准化
 - 旅行社接待服务的程序化
 - 理解：旅行社接待管理的内容
- (三) 导游业务（重点）
 - 识记：导游人员的类别及概念
 - 理解：领队业务流程
 - 全程陪同业务流程
 - 地方导游业务流程
 - 应用：综合运用导游人员接待业务流程分析接待业务中出现的問題
- (四) 旅行社接待人员的管理（次重点）
 - 识记：导游服务的特点
 - 旅行社后勤工作的特点
 - 理解：旅行社导游人员管理措施
 - 旅行社接待管理的内容与途径

（五）旅游投诉的产生与处理（重点）

识记：旅游投诉的概念

理解：旅游投诉产生的原因

旅游投诉处理的基本程序与方法

应用：运用旅行社投诉和接待管理的有关知识，综合分析旅游投诉实例

第七章 旅行社的财务管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握旅行社财务管理的基本思路与方法，并能够运用财务报表分析旅行社的经营情况。

二、考核知识点与考核目标

（一）旅行社的资产管理（次重点）

识记：旅行社流动资产的涵义、构成

旅行社固定资产的涵义、构成

理解：旅行社流动资产的管理内容

旅行社固定资产的管理内容

（二）旅行社的成本费用管理（重点）

识记：旅行社营业成本内涵

旅行社营业成本的构成

理解：旅行社营业成本的核算

旅行社成本费用控制的内容与途径

（三）旅行社营业收入与利润管理（一般）

识记：旅行社营业收入构成

旅行社利润构成

理解：旅行社营业利润管理的内容和方法

（四）旅行社的财务分析（一般）

理解：旅行社财务报表的构成

旅行社财务报表的内容

应用：通过某家旅行社的财务报表，能分析旅行社的经营状况

第八章 旅行社的质量管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求考生掌握旅行社服务质量管理的基本思路与方法，了解如何定义、评估和改进旅行社的服务质量。

二、考核知识点与考核目标

（一）旅行社服务质量的概念（次重点）

识记：预期质量与感知质量的定义

理解：服务质量差距模型

(二) 旅行社服务质量的评估 (次重点)

识记: 旅行社服务质量的五个标准

理解: 旅行社服务质量的评估标准

SERVQUAL 方法

(三) 旅行社服务质量的控制、改进与过程管理 (一般)

识记: 服务质量控制

应用: 运用服务质量差距模型分析旅行社如何改进服务质量

第九章 旅行社的危机管理与品牌管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 要求考生了解旅行社危机管理思路与方法, 并能够掌握旅行社品牌管理的相关内容。

二、考核知识点与考核目标

(一) 旅行社的危机管理 (重点)

识记: 旅行社危机的类别

危机管理的定义

旅行社战略性危机管理的定义

理解: 旅行社危机表现形式

旅行社危机的处理原则

旅行社危机处理对策

旅行社战略性危机管理体系、流程与支撑系统

应用: 能针对旅行社某类危机, 分析其发生的潜在原因, 提出应对策略

(二) 旅行社产品品牌的经营与管理 (一般)

识记: 旅行社品牌经营的概念与企业品牌要素

理解: 旅行社品牌管理的对象

旅行社品牌创建和传播

旅行社品牌化模式类型与选择

第十章 旅行社的集团化经营

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 要求考生掌握旅行社集团化的基本概念、类型和经营模式, 并能了解旅行社集团化存在的问题及发展趋势的相关内容。

二、考核知识点与考核目标

(一) 旅行社集团化的概述 (次重点)

识记: 旅游企业集团、旅行社集团与旅行社集团化的概念

理解: 旅行社集团化的类型

(二) 旅行社集团化的经营模式 (次重点)

理解: 旅行社集团化的四种经营模式

- (三) 旅行社集团化的经营模式（一般）
识记：横向一体化与纵向一体化的概念
理解：比较旅行社集团化成长方向

第十一章 旅行社的信息化管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解旅行社信息化管理思路与方法，并能够掌握旅游电子商务基本内容及旅游网络营销的相关内容。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 旅行社的信息化管理概述（次重点）
识记：旅行社信息化管理的概念
业务流程重组
理解：旅行社信息化应用领域与特点
旅行社信息化管理战略
- (二) 旅游电子商务应用（一般）
识记：旅游电子商务的概念
理解：旅游电子商务的模式
- (三) 旅游网络营销（一般）
识记：旅游网络营销的概念
网络营销的特点
理解：旅游网络营销模式
旅行社如何进行网络营销

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核目标的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

二、教材

指定教材：旅行社经营与管理，李宏、杜江，南开大学出版社，2016年5月第三版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。
3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 5 学分，建议总课时不少于 90 学时，其中助学学时分配如下：

| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
|-----|-----------|-----|
| 1 | 旅行社行业发展概述 | 6 |
| 2 | 旅行社的设立 | 8 |
| 3 | 旅行社的产品开发 | 10 |
| 4 | 旅行社的销售管理 | 8 |
| 5 | 旅行社的促销管理 | 6 |
| 6 | 旅行社的接待管理 | 8 |

| | | |
|-----|---------------|----|
| 7 | 旅行社的财务管理 | 4 |
| 8 | 旅行社的质量管理 | 6 |
| 9 | 旅行社的危机管理与品牌管理 | 10 |
| 10 | 旅行社的集团化经营 | 6 |
| 11 | 旅行社的信息化管理 | 6 |
| | 案例分析 | 6 |
| | 总复习 | 6 |
| 合 计 | | 90 |

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 20%、“理解”为 25%、“应用”为 55%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、名词解释题、填空题、简答题、论述题等。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 世界上第一家旅行社创办于

A. 17 世纪 B. 18 世纪 C. 19 世纪 D. 20 世纪

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 与旅行社产品开发相关的资源因素主要包括

A. 自然资源 B. 人文资源 C. 社会资源
D. 人力资源 E. 资本资源

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 旅行社

四、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 世界上第一家旅行社的创办者是_____。

五、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述旅行社的职能。

六、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 旅行社应如何全面评价其促销效果。