

中国地质大学研究生院  
硕士研究生入学考试同等学力加试《旅行社管理》考试大纲

一、试卷结构

题型比例

填空题与选择题 约 50%

解答题（包括证明题） 约 50%

二、其他

旅行社管理

一、旅行社的基本业务

考试内容

国内外旅行社的发展过程 我国旅行社的发展现状和问题 旅行社的性质 旅行社的职能  
旅行社的基本业务 旅行社的类别 旅行社在现代旅游业中的地位 旅行社在现代旅游业中的作用

考试要求

1. 了解国内外旅行社的发展过程；
2. 理解旅行社的性质；
3. 理解旅行社的职能；
4. 了解旅行社的基本业务；
5. 理解旅行社的分工体系和分类制度；
6. 理解旅行社在现代旅游业发展中的地位和作用。

二、旅行社的设立

考试内容

旅行社的职业要求 影响旅行社设立的外部因素 影响旅行社设立的内部因素 设立旅行社的基本程序 影响旅行社组织设计的因素 旅行社组织设计的理念 旅行社组织设计的流程 旅行社的行业组织

考试要求

1. 了解旅行社工作的特点；
2. 了解旅行社经理人员素质要求；
3. 掌握旅行社设立的外部因素；
4. 掌握旅行社设立的内部因素；
5. 理解旅行社组织设计的理念；
6. 掌握旅行社组织设计的流程；
7. 了解旅行社的行业组织设立时间、地点、设立宗旨。

三、旅行社的产品开发

考试内容

旅行社产品的内涵 旅行社产品的形态：单项服务、团体包价旅游、散客包价旅游、半包价旅游、小包价旅游、零包价旅游、组合旅游 旅行社产品开发的决定因素：资源赋予、设施配置、旅游需求 旅游线路设计的原则：市场需求原则、经济最优原则、旅游点合理布局的原则、交通安排合理的原则、游览内容丰富多彩的原则、服务设施确有保障的原则 旅游

线路设计的内容：确定线路名称、策划旅游线路、计划活动日程、选择交通方式、安排住宿餐饮、留出购物时间、筹划娱乐活动 旅行社产品设计方案拟定与选择

#### 考试要求

1. 掌握旅行社产品的内涵；
2. 了解旅行社产品的形态；
3. 理解旅行社产品开发的决定因素；
4. 掌握旅游线路设计的原则；
5. 掌握旅游线路设计的内容，并能自行设计旅游线路；
6. 理解旅行社产品设计方案拟定与选择方法。

### 四、旅行社的销售管理

#### 考试内容

旅行社的营销观念：服务品牌与销售市场的全球观、销售人员本土化与营销合作观、销售手段的技术观、旅游产品与营销服务的个性观、可持续发展的绿色营销观、营销管理的创新观 旅行社目标市场入选条件与测度指标：有一定的市场规模、居民可自由支配收入水平高、外贸收支平衡或顺差、节假日特别是带薪假期长、距旅游目的地较近、对旅游目的地的了解程度和感兴趣程度高 旅行社目标市场的选择 旅游产品的销售渠道 旅行社销售渠道策略：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 旅游中间商的发现、选择与管理 旅行社产品的销售方式：单项服务、报价旅游 旅行社产品的销售过程 旅行社产品销售过程的管理：建立旅游交易合同制度、制定科学的销售工作程序、加强对销售人员的 影响旅行社产品价格的因素：市场供求关系、需求弹性、汇率 旅行社产品的定价依据 旅行社价格策略与定价方法：成本加成定价法、新产品采取灵活的价格策略、有针对性地采用多种多样的优惠和差价 我国国际旅行社产品的销售价格：组团包价、半包价、小包价、单项服务、特殊形式的旅游收费

#### 考试要求

1. 理解旅行社的营销观念；
2. 掌握旅行社目标市场入选条件与测度指标；
3. 掌握旅行社目标市场的选择的依据；
4. 了解旅游产品的销售渠道；
5. 掌握旅行社销售渠道策略；
6. 掌握旅行社产品的销售方式并运用；
7. 理解影响旅行社产品价格的因素；
8. 掌握旅行社价格策略与定价方法；
9. 了解我国国际旅行社产品的销售价格。

### 五、旅行社的促销管理

#### 考试内容

国内外旅行社促销的特点和差异 旅行社产品促销策略的制定：总体发展战略、营销策略、促销策略、促销策略的实施、促销策略效果评价 旅行社促销目标的确定 旅行社的促销预算方法：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策略：媒体广告、营销公关、销售推广、直接营销、现场传播 旅行社促销效果的测定：销售效果的测定、自身效果的衡量

#### 考试要求

1. 理解国内外旅行社促销的特点和差异；

2. 掌握旅行社产品促销策略的制定;
3. 理解旅行社促销目标的确定;
4. 掌握旅行社的促销预算方法并应用;
5. 理解旅行社促销要素组合策略;
6. 了解旅行社促销效果的测定方式。

## 六、旅行社的接待管理

### 考试内容

旅行社接待业务的构成:服务主体和管理主体 国际上的导游管理体制:严格型、宽松型 我国的导游管理制度 团队旅游接待服务的原则:规范化、个性化 团队旅游接待业务的特点 团队旅游接待的管理 散客旅游业务的类别:单项委托服务、旅游咨询业务、选择性旅游 散客旅游业务的特点:批量小、批次多、预订期短、要求多、变化多 旅行社的门市业务:门市柜台的设立、门市接待人员的选择 旅行社票务中心的设立:一类航空票务代理、二类航空票务代理 开账与结计划 旅行社票务中心的业务流程

### 考试要求

1. 了解旅行社接待业务的构成;
2. 理解服务主体和管理主体;
3. 了解国际上的导游管理体制;
4. 掌握我国的导游管理制度;
5. 掌握团队旅游接待服务的原则;
6. 掌握团队旅游接待的管理;
7. 了解散客旅游业务的类别;
8. 掌握散客旅游业务的特点;
9. 了解旅行社的门市业务;
10. 了解旅行社票务中心的业务。

## 七、旅行社的财务管理

### 考试内容

旅行社流动资产的管理 旅行社固定资产的管理 旅行社的成本费用的构成 旅行社成本费用的控制 旅行社营业收入的管理 旅行社利润的管理 旅行社的结算管理

### 考试要求

1. 理解旅行社流动资产的管理;
2. 理解旅行社固定资产的管理;
3. 了解旅行社的成本费用的构成;
4. 掌握旅行社成本费用的控制;
5. 掌握旅行社营业收入的管理;
6. 掌握旅行社利润的管理;
7. 掌握旅行社的结算管理。

## 八、旅行社业的发展趋势

### 考试内容

我国旅行社业的行业演进 我国旅行社行业特征分析 发达国家旅行社产业现状与发展趋势 我国旅行社业的主要问题:大型旅行社没有实现规模经济,规模优势得不到发挥、中小旅行社缺乏明确的市场定位,发展举步维艰、旅行社业恶性价格竞争盛行,市场秩序混乱 我

国旅行社行业分工体系的调整：大型旅行社集团化、中型旅行社专业化、小型旅行社通过代理制实现网络化 影响旅行社未来发展的主要因素：旅游需求的变化、旅游业扩大对外开放、旅游行业管理体制变革、信息技术的应用对旅行社发展的影响、市场竞争的变革、不可抗力 我国旅行社的发展趋势：旅行社积极向垂直分工体系方向演化、积极构建大型旅游运营商、新旧业态在信息时代的竞争与合作、旅行社经营品牌化、旅行社业与航空业的融合、旅游业与金融业的相互促进、市场开放与多元化、信息技术应用的普及

### 考试要求

1. 了解我国旅行社业的行业演进；
2. 理解我国旅行社行业特征；
3. 了解发达国家旅行社产业现状与发展趋势；
4. 理解我国旅行社业的主要问题；
5. 掌握我国旅行社行业分工体系的调整思路；
6. 理解影响旅行社未来发展的主要因素；
7. 掌握我国旅行社的发展趋势。