



دانشگاه گیلان نور

مدیریت و برنامه‌ریزی سفر

www.ketab.ir

دکتر اصغر حیدری

سرشناسه	حیدری، اصغر، ۱۳۵۱ - Heidari, Asghar
عنوان و نام پدید آور	مدیریت و برنامه ریزی سفر / تألیف اصغر حیدری.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	شانه زده، ۲۴۴ ص.
فروست	دانشگاه پیام نور؛ ۲۵۶۷. گروه مدیریت؛ ۱/۱۲۲
شابک	978 - 964 - 14 - 0615 - 0
وضعیت فهرست نویسی	فیفا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	گردشگری -- آموزش برنامه ای
موضوع	Tourism -- Programmed instruction
موضوع	گردشگری -- برنامه ریزی -- آموزش برنامه ای
موضوع	Tourism -- Planning -- Programmed instruction
موضوع	سفرها -- برنامه ریزی -- آموزش برنامه ای
موضوع	Voyages and travels -- Planning -- Programmed instruction
شناسه افزوده	دانشگاه پیام نور.
شناسه افزوده	Payam Noor University
رده بندی کنگره	G۱۵
رده بندی دیویی	۳۱۰۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۱۳۲۷۱



دانشگاه پیام نور

اول شهریور ۱۳۹۸

سمارگان: ۲۰۰ جلد

مدیریت و برنامه ریزی سفر

مؤلف: دکتر اصغر حیدری

قیمت: ۲۷۰۰۰۰ ریال

ویراستار علمی: سمیه جهان تیغ

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و توزیع دانشگاه پیام نور

شابک: ۰ - ۰۶۱۵ - ۱۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0615 - 0

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش

آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید.

(کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، کپی یا خلاصه برداری، نشر و ترجمه، چاپ، اجست، توزیع گسترده، تهیه CD و... این اثر یا بخشی از آن اعم از متن، طرح پشت و روی جلد و... بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند.)

آدرس فروشگاه مرکزی چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور: تهران، خیابان شهید رجایی،

نرسیده به تقاطع آزادگان، جنب ورزشگاه یادآوران. تلفن: ۵۵۵۰۲۱۰۴ - ۵۵۰۰۹۸۳۸

سایت فروش اینترنتی: <http://digibook.pnu.ac.ir>

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱-۱
فصل اول. مفاهیم و کلیات	۱
هدف کلی	۱
هدف های یادگیری	۱
مقدمه	۱
۱-۱ مهارت های مدیریتی سرپرستان	۲
۱-۱-۱ مهارت های فنی	۲
۲-۱-۱ مهارت های انسانی	۳
۳-۱-۱ مهارت های مفهومی	۳
۲-۱ مدیریت مؤثر تفاوت های فرهنگی و فردی	۴
۳-۱ تور چیست	۵
۴-۱ مدیر تور	۶
۱-۴-۱ وظایف	۶
۲-۴-۱ ابزار و وسایل مورد استفاده مدیر تور	۷
۵-۱ شرایط ارتقای شغل	۸
۶-۱ ویژگی های شخصیتی	۸
۷-۱ ویژگی های استفاده از تور	۹
۱-۷-۱ مزایای استفاده از تور	۹
۲-۷-۱ موارد مثبت دیگر	۱۱
۸-۱ موارد منفی استفاده از تور	۱۲
۹-۱ چالش های مسافران جهت استفاده از تور	۱۳

۱۳	۱-۹-۱ دلایل استرس در سفر.....
۱۶	۲-۹-۱ برخی از موارد اضطراب آفرین دیگر برای مسافران.....
۱۷	۱۰-۱ انگیزه‌های مسافرت.....
۱۸	۱۱-۱ اصطلاحات مختلف تور و گشت.....
۱۸	۱-۱۱-۱ شرکت‌های حمل و نقل مسافر.....
۱۸	۲-۱۱-۱ آژانس کارگزار.....
۱۸	۳-۱۱-۱ تور اپراتور.....
۱۸	۱۲-۱ خدمات هتل‌ها و رتبه‌بندی براساس ستاره.....
۱۹	۱-۱۲-۱ هتل یک ستاره.....
۲۰	۲-۱۲-۱ هتل دو ستاره.....
۲۰	۱-۱۲-۱ هتل سه ستاره.....
۲۱	۲-۱۲-۱ هتل چهار ستاره.....
۲۱	۳-۱۲-۱ هتل پنج ستاره.....
۲۲	۱-۱۲-۱ انواع هتل.....
۲۲	۷-۱۲-۱ هتل اکسپریس.....
۲۴	۱۳-۱ انواع سرویس‌ها.....
۲۵	۱۴-۱ اصطلاحات سرویس هتل.....
۲۵	۱-۱۴-۱ ترانسفر فرودگاهی.....
۲۵	۲-۱۴-۱ گشت شهری.....
۲۶	۳-۱۴-۱ راهنمای تور.....
۲۶	۴-۱۴-۱ گشت‌های انتخابی.....
۲۶	۵-۱۴-۱ پرواز داخلی.....
۲۶	۱۵-۱ ویژگی‌های راهنمای تور خارجی.....
۲۸	۱۶-۱ فصول کاری گردشگری.....
۲۸	۱-۱۶-۱ فصل شلوغی.....
۲۸	۲-۱۶-۱ فصل خلوتی.....
۲۸	۱۷-۱ تعطیلات.....
۲۹	۱۸-۱ مقصد گردشگری.....
۲۹	۱۹-۱ آژانس‌های مسافرتی.....
۳۰	۱-۱۹-۱ فعالیت آژانس‌ها.....
۳۰	۲۰-۱ انواع آژانس‌ها و یا دفاتر خدمات مسافرتی موجود در ایران.....
۳۱	۱-۲۰-۱ ساختار سازمانی دفاتر خدمات مسافرتی.....
۳۵	۲۱-۱ تعهدات مدیران فنی.....
۳۵	۲۲-۱ واحد تور.....
۳۵	۱-۲۲-۱ تور خارجی.....
۳۶	۲-۲۲-۱ تور داخلی.....

۳۶	۲۳-۱ انواع تور.....
۳۶	۱-۲۳-۱ تورهای گروهی.....
۳۶	۲-۲۳-۱ تورهای انفرادی.....
۳۶	۱-۲۳-۱ گشت‌های یک‌روزه.....
۳۶	۲۴-۱ راهنمایان تور.....
۳۸	خلاصه فصل اول.....
۳۹	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول.....
۴۰	خودآزمایی تشریحی فصل اول.....
۴۱	فصل دوم. اجزای تور و بسته‌های سفر.....
۴۱	هدف کلی.....
۴۱	هدف‌های کلی.....
۴۱	مقدمه.....
۴۲	۱-۲ اجزای یک تور.....
۴۳	۲-۲ سازمان‌دهنده تور.....
۴۴	۳-۲ آینده محصولات سازماندهندگان تور (پال، ۱۹۹۵).....
۴۵	۴-۲ محصول گردشگری.....
۴۶	۵-۲ ارتباط مسافر و آژانس‌های مسافرتی.....
۴۶	۱-۵-۲ معتبربودن آژانس مسافرتی.....
۴۷	۶-۲ انواع قرارداد تور.....
۴۷	۱-۶-۲ قرارداد تورهای داخلی.....
۴۷	۲-۶-۲ قرارداد تورهای خارجی به غیر از امارات متحده عربی.....
۴۸	۳-۶-۲ قرارداد تورهای خارجی مربوط به کشور امارات متحده عربی.....
۴۸	۷-۲ نکات قابل توجه در عقد قرارداد گشت‌ها.....
۵۰	۸-۲ شرایط قرارداد سفرهای طبیعت‌گردی داخلی.....
۵۰	۱-۸-۲ شرایط قرارداد.....
۵۱	۹-۲ هتل و اقامت.....
۵۲	۱۰-۲ تعهدات مسافر.....
۵۴	۱۱-۲ تعهدات کارگزار.....
۵۵	۱۲-۲ شرایط انصراف و ابطال سفر.....
۵۶	۱۳-۲ قرارداد گشت‌های خارج از کشور.....
۵۸	۲-۱۳-۱ نرخ شرایط ابطال گشت اعم از چارتر و غیر چارتر.....
۵۹	۱۴-۲ تعهدات مسافر.....
۶۱	۱۵-۲ تعهدات کارگزار.....
۶۲	۱۶-۲ رفع مشکلات گردشگران.....
۶۳	۱۷-۲ بسته مسافرتی.....

۶۳	۱۸-۲ ارائه مدل بسته‌های مسافرتی تجاری.....
۶۴	۱۹-۲ روش توزیع.....
۶۴	۲۰-۲ تورگردان.....
۶۵	۲۱-۲ عمده‌ترین محصول فعالیت تورگردانان عبارت‌اند از.....
۶۶	۲۲-۲ تورگردان‌ها به‌قرار زیر به چهار نوع تقسیم می‌شوند.....
۶۷	۲۳-۲ وظایف کارگزار تور.....
۶۸	۲۴-۲ وظایف تورگردان نسبت به کارگزار.....
۶۸	۲۵-۲ دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی.....
۶۹	۲۶-۲ مشاغل موجود در دفاتر خدماتی مسافرتی.....
۶۹	۲۶-۲-۱ منشی آژانس.....
۶۹	۲۶-۲-۲ مسئول فروش تور داخلی.....
۶۹	۲۶-۲-۳ مسئول تورهای خارجی.....
۶۹	۲۶-۲-۴ مسئول تورهای ورودی.....
۶۹	۲۶-۲-۵ مدیر هتل.....
۷۰	۲۶-۲-۶ مدیر فن.....
۷۰	۲۷-۲ کارگزار.....
۷۱	۲۸-۲ مقاصد قدیمی.....
۷۱	۲۹-۲ مقاصد جدید.....
۷۲	۳۰-۲ عناصر پکیج یا محصول گردشگری.....
۷۳	۳۱-۲ خدمات هواپیمایی چارتر.....
۷۴	۳۱-۲-۱ پروازهای چارتری.....
۷۵	۳۱-۲-۲ شرایط کنسلی.....
۷۶	۳۱-۲-۳ جاماندن مسافر.....
۷۶	۳۱-۲-۴ انواع چارتر هواپیما.....
۷۶	۳۲-۲ آمادگی برای سفر.....
۷۶	۳۳-۲ توصیه‌های امنیتی.....
۷۷	۳۳-۲ پیش از رسیدن به فرودگاه.....
۷۸	۳۴-۲ انجام بازرسی امنیتی در محل.....
۷۸	۳۵-۲ غذا در صنعت گردشگری.....
۷۹	۳۵-۲-۱ شیوه‌های ارائه غذا و نوشیدنی در تورها.....
۸۰	۳۵-۲-۲ دو ویژگی غذا.....
۸۰	۳۶-۲ سنت و مدرنیته در غذا.....
۸۱	۳۷-۲ غذا به‌عنوان جاذبه گردشگری و موانع جدی در این راه.....
۸۲	۳۸-۲ بهداشت و سلامتی.....
۸۴	۳۹-۲ شکاف ارتباطی.....
۸۴	۴۰-۲ رستوران محلی در داخل کشور و خارج کشور.....

۸۷	۴۱-۲ خطرات بهداشتی حین مسافرت
۸۷	۴۲-۲ خطرات بهداشتی حین مسافرت در مقصد
۸۹	۴۳-۲ امنیت بار
۸۹	۴۴-۲ کالاها و اقلام ممنوعه
۹۰	۴۴-۲-۱ بار پذیرش شده/ بار تحویلی
۹۰	۴۴-۲-۲ مسافران مخمور
۹۱	۴۴-۲-۳ اسلحه گرم و جنگ افزارها
۹۱	۴۴-۲-۴ تجهیزات غواصی
۹۱	۴۴-۲-۵ سرنگ برای استفاده های پزشکی
۹۲	۴۵-۲ آمادگی برای سفر
۹۲	۴۵-۲-۱ پیش از رسیدن به فرودگاه
۹۳	۴۵-۲-۲ در محل انجام بازرسی امنیتی
۹۳	۴۵-۲-۳ بار/ چمدان تحویلی
۹۴	۴۶-۲ تجربیات سفر
۹۴	۴۷-۲ رویدادهای بزه و بهانگردی شهری
۹۴	خلاصه فصل دوم
۹۶	خودآزمایی چهارگزینه ای فصل دوم
۹۷	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۹۹	فصل سوم. برنامه ریزی تور و مقصد
۹۹	هدف کلی
۹۹	هدف های یادگیری
۹۹	مقدمه
۱۰۰	۱-۳ مقصد
۱۰۱	۲-۳ تصویر مقصد گردشگری
۱۰۲	۳-۳ ابعاد تصویر مقصد گردشگری
۱۰۴	۴-۳ مقاصد سفر گردشگران
۱۰۴	۴-۳-۱ مقاصد تکراری
۱۰۵	۴-۳-۲ مقاصد جدید
۱۰۵	۵-۳ انتخاب مقصد سفر
۱۰۵	۵-۳-۱ زمان، نخستین عامل
۱۰۶	۵-۳-۲ همسفران
۱۰۶	۵-۳-۳ بودجه، مهم ترین عامل
۱۰۷	۶-۳ اطلاعات اساسی مقصد گردشگری جهت برنامه ریزی تور
۱۰۷	۷-۳ برنامه سفر
۱۰۸	۸-۳ انواع برنامه سفر از حیث زمان

۱۰۸	۳-۸-۱ برنامه سفر کوتاه.....
۱۰۸	۳-۸-۲ برنامه سفر تفصیلی.....
۱۰۹	۳-۹ انواع برنامه سفر از حیث زمان، تنوع برنامه و درگیری جاذبه‌ها.....
۱۰۹	۳-۱۰ چگونگی نوشتن برنامه سفر.....
۱۱۳	۳-۱۱ برنامه تور چهارده شب و پانزده روز (نمونه برنامه سفر کوتاه).....
۱۱۴	۳-۱۲ نمونه برنامه سفر یک‌روزه به‌صورت ناقص.....
۱۱۵	۳-۱۳ نمونه برنامه سفر یک‌روزه به‌صورت کامل تر.....
۱۱۶	۳-۱۴ سازمان‌دهنده تور.....
۱۱۸	۳-۱۵ برنامه‌ریزی تور برای سازمان‌ها، ترجمان‌ها و شرکت‌های دولتی و غیردولتی.....
۱۱۸	۳-۱۶ اشکال اجرایی تورهای سازمانی در ایران.....
۱۱۸	۳-۱۷ میزان عزیمت.....
۱۱۹	۳-۱۸ عوامل مؤثر در میزان عزیمت.....
۱۲۰	۳-۱۹ برنامه ریزی برگزاری همایش.....
۱۲۱	۳-۲۰ عوامل تعیین‌کننده برنامه ریزی سفرها.....
۱۲۱	۳-۲۰-۱ تقاضای سفر (انگیزه سفر).....
۱۲۱	۳-۲۰-۲ میزان هزینه.....
۱۲۲	۳-۲۰-۳ مدت زمان سفر.....
۱۲۲	۳-۲۰-۴ وسیله سفر.....
۱۲۲	۳-۲۰-۵ محل اسکان و امکانات پذیر.....
۱۲۲	۳-۲۰-۶ جاذبه‌های مورد بازدید.....
۱۲۲	۳-۲۰-۷ سرویس و خدمات.....
۱۲۳	۳-۲۱ نمونه برنامه سفر داخلی.....
۱۲۳	۳-۲۲ نمونه برنامه سفر خارجی (اسپانیا).....
۱۲۵	۳-۲۳ استفاده از اینترنت برای برنامه‌ریزی سفر.....
۱۲۷	۳-۲۴ آماده کردن بروشور.....
۱۲۷	۳-۲۵ اندازه بروشور.....
۱۲۷	۳-۲۵-۱ کیفیت کاغذ.....
۱۲۷	۳-۲۵-۲ رنگ کاغذ.....
۱۲۸	۳-۲۵-۳ حداقل اطلاعاتی که باید یک بروشور داشته باشد شامل:.....
۱۲۹	۳-۲۵-۴ صفحه رویی یا پوششی بروشور.....
۱۲۹	۳-۲۵-۵ صفحه اول بروشور.....
۱۳۰	۳-۲۵-۶ محتویات بروشور.....
۱۳۰	۳-۲۵-۷ صفحه آخر بروشور.....
۱۳۱	خلاصه فصل سوم.....
۱۳۲	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم.....
۱۳۳	خودآزمایی تشریحی فصل سوم.....

۱۳۵	فصل چهارم. عملیات تور و نرخ‌گیری
۱۳۵	هدف کلی
۱۳۵	هدف‌های یادگیری
۱۳۵	مقدمه
۱۳۶	۱-۴ تورگردانی
۱۳۷	۲-۴ عملیات قبل از اجرای تور
۱۳۷	۱-۲-۴ رزرواسیون
۱۳۸	۳-۴ عوامل موفقیت یک تور
۱۳۹	۴-۴ قرارداد هتل به صورت تضمینی
۱۴۰	۵-۴ فرم رزرو هتل خارجی
۱۴۰	۶-۴ عوامل مؤثر بر سیاست‌های قیمت‌گذاری
۱۴۲	۷-۴ عملیات محاسبه نرخ تور
۱۴۳	۱-۷-۴ قسمت‌های ثابت قیمت تور
۱۴۳	۲-۷-۴ قسمت‌های متغیر قیمت تور
۱۴۳	۸-۴ قیمت‌گذاری تور به سه سطح
۱۴۴	۱-۸-۴ عوامل مؤثر در قیمت‌گذاری تور
۱۴۴	۹-۴ نرخ فروش تور
۱۴۴	۱-۹-۴ نرخ پایه
۱۴۴	۲-۹-۴ نرخ کارمزدی
۱۴۵	۱۰-۴ تخفیف‌ها
۱۴۵	۱۱-۴ فرم درخواست ثبت‌نام تور
۱۴۶	۱۲-۴ اصطلاحات نرخ‌گذاری تور یا بسته سفر و سن مسافر
۱۴۷	۱۳-۴ عملیات اجرایی تور
۱۴۷	۱۴-۴ مسیرهای مسافرت
۱۴۸	۱۵-۴ مسیرهای مسافرت مشهور و معروف در ایران
۱۴۸	۱۶-۴ بازرسی و هدایت تورها در مقصد
۱۴۹	۱۷-۴ مزایای بازرسی
۱۴۹	۱۸-۴ دفاتر گردشگری
۱۵۰	۱۹-۴ فهرست نمایندگان و کارگزاران عمده در مقصد
۱۵۰	۲۰-۴ انتخاب اولویت‌های مقصد (نقاط برجسته مقصد)
۱۵۱	۲۱-۴ تفریحات و سرگرمی‌ها
۱۵۲	۲۲-۴ انتخاب وسیله نقلیه / بازرسی
۱۵۳	۱-۲۲-۴ فرم بازرسی وسیله نقلیه
۱۵۴	۲-۲۲-۴ تعداد وسایل نقلیه در اختیار شرکت
۱۵۴	۳-۲۲-۴ موارد اختصاصی شرکت
۱۵۵	۴-۲۲-۴ انتخاب وسیله نقلیه / بازرسی

۲۳-۴	تور درون سازمانی	۱۵۵
۲۴-۴	انتخاب رستوران / بازرسی	۱۵۶
۱-۲۴-۴	فرم بازرسی رستوران	۱۵۸
۲-۲۴-۴	فهرست رستوران‌های پیشنهادی	۱۵۸
۲۵-۴	بازرسی هتل	۱۵۸
۱-۲۵-۴	فرم اولیه بازرسی هتل	۱۵۹
۲-۲۵-۴	به روز رسانی اطلاعات	۱۶۰
۲۶-۴	آشناسازی / بررسی تورها	۱۶۰
۲۷-۴	سایر فعالیت‌ها و برنامه‌های بالقوه تور	۱۶۱
۱-۲۷-۴	فهرست (چک‌لیست) کنترل برای تمامی تورها	۱۶۱
۲-۲۷-۴	پرداخت برای شرکت‌های حمل و نقل	۱۶۲
۲۸-۴	فهرست کنترل (چک‌لیست) توجیهی پیش از حرکت	۱۶۳
۲۸-۴	حمل و نقل هوایی	۱۶۳
۲-۲۸-۴	نامه درخواستی ارتقاء فروش	۱۶۳
۳-۲۸-۴	رستوران‌ها، سایر تفریحات، غیره	۱۶۴
۴-۲۸-۴	مناظر، ورزش	۱۶۴
۵-۲۸-۴	ترتیبیات فرودگاه	۱۶۴
۶-۲۸-۴	هتل‌ها	۱۶۵
۷-۲۸-۴	جابه‌جایی چمدان‌ها	۱۶۵
۸-۲۸-۴	تورها	۱۶۵
۹-۲۸-۴	گشت‌ها	۱۶۵
۱۰-۲۸-۴	موارد عمومی	۱۶۵
۱۱-۲۸-۴	هزینه‌ها	۱۶۵
۱۲-۲۸-۴	مدیر تور	۱۶۶
	خلاصه فصل چهارم	۱۶۶
	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم	۱۶۷
	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم	۱۶۷
	فصل پنجم. ارزیابی، نظارت و بهبود برنامه‌های گردشگری	۱۶۹
	هدف کلی	۱۶۹
	هدف‌های یادگیری	۱۶۹
	مقدمه	۱۷۰
۱-۵	رابطه پیشرفت‌های فناوری با گردشگری	۱۷۱
۲-۵	نظارت و کنترل	۱۷۱
۱-۲-۵	کنترل پیش‌نگر	۱۷۲
۲-۲-۵	کنترل گذشته‌نگر	۱۷۳

۱۷۳	۳-۲-۵ کنترل زمان وقوع.....
۱۷۳	۳-۵ طراحی سیستم کنترل.....
۱۷۴	۴-۵ فناوری اطلاعات، ارتباطات و گردشگری.....
۱۷۵	۵-۵ گردشگری نوین رشد کیفی تقاضای گردشگری.....
۱۷۷	۶-۵ ارتباط مؤثر.....
۱۸۱	۷-۵ روش گفتگو.....
۱۸۲	۸-۵ موانع ارتباطی.....
۱۸۲	۹-۵ ارتباطات از طریق ایمیل.....
۱۸۴	۱۰-۵ آموزش ارتباطات.....
۱۸۴	۱۰-۵-۱ توصیه‌هایی برای غلبه بر موانع ارتباطی.....
۱۸۶	۱۱-۵ ایجاد ارتباطات مؤثر و اقیانوسسازی.....
۱۸۸	۱۲-۵ وظایف راننده مسافرتی نسبت به مسافر.....
۱۹۰	۱۳-۵ ارزیابی عملکرد کارکنان.....
۱۹۰	۱۴-۵ مرتبط و هم‌بند.....
۱۹۱	۱۵-۵ ملایمت، صداقت، و مهربانی.....
۱۹۲	۱۶-۵ فرم‌های نظرسنجی در مسافرت.....
۱۹۲	۱۷-۵ پرسشنامه مسافران در مورد کیفیت ای‌تور.....
۱۹۳	۱۸-۵ گزارش اشیا و لوازم گم‌شده به حراقت رتبه.....
۱۹۴	۱۹-۵ اعتبار یک آژانس مسافرتی.....
۱۹۴	۲۰-۵ خدمات تور و هزینه‌های آن.....
۱۹۵	۲۱-۵ امنیت در سفر.....
۱۹۵	۲۲-۵ برنامه‌ریزی صحیح اوقات فراغت در طول سفر.....
۱۹۷	۲۳-۵ گردشگری مسئولانه یا طبیعت‌گردی.....
۱۹۷	۲۴-۵ سفری آرام و به دور از دردسر و مشکلات.....
۱۹۸	۲۵-۵ مدیریت منابع انسانی در مشاغل متوسط و کوچک.....
۱۹۹	۲۶-۵ آزمایش مهارت.....
۱۹۹	۲۶-۵-۱ آزمایش هوش و ذکاوت روانشناسی و شخصیت‌شناسی.....
۲۰۰	۲۶-۵-۲ آزمایش پزشکی.....
۲۰۰	۲۶-۵-۳ آزمایش عدم اعتیاد به مواد مخدر.....
۲۰۰	۲۷-۵ خدمات مورد انتظار مسافری و گردشگران.....
۲۰۱	۲۸-۵ انتخاب تور مناسب.....
۲۰۱	۲۸-۵-۱ به‌طورکلی اجزای یک تور عبارت‌اند از:.....
۲۰۲	۲۸-۵-۲ مراحل برنامه‌ریزی یک تور گروهی چیست؟.....
۲۰۲	۲۸-۵-۳ تحقیقات بازار.....
۲۰۳	خلاصه فصل پنجم.....
۲۰۵	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم.....

۲۰۶	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم
۲۰۷	فصل ششم. بازاریابی و فروش در تور
۲۰۷	هدف کلی
۲۰۷	هدف‌های یادگیری
۲۰۸	مقدمه
۲۰۸	۱-۶ نقش تبلیغات در گردشگری
۲۰۹	۱-۱-۶ تعیین اهداف تبلیغ
۲۱۰	۲-۶ روش‌های مورد استفاده برای بخش‌بندی بازارها
۲۱۲	۳-۶ تبلیغات، آژانس‌های مسافرتی
۲۱۳	۴-۶ انواع نمایشگاه
۲۱۵	۱-۲-۶ عوامل کامیابی در نمایشگاه
۲۱۶	۵-۶ بازاریابی گردشگری
۲۱۹	۶-۶ تبلیغات
۲۲۰	۱-۶-۶ اهداف تبلیغ
۲۲۰	۲-۶-۶ رسانه تبلیغ
۲۲۱	۷-۶ فرهنگ مشتری مداری
۲۲۱	۸-۶ راه‌های تحقق مشتری مداری
۲۲۴	۹-۶ هوش هیجانی و مدیریت بازار
۲۲۶	۱۰-۶ کالبدشناسی فروش
۲۲۹	۱۱-۶ اصول بازاریابی تلفنی
۲۳۰	۱-۱۱-۶ بازاریابی تلفنی
۲۳۳	۱۲-۶ خرید به‌عنوان استراتژی رقابتی گردشگری
۲۳۳	۱۳-۶ خرید به‌عنوان فعالیتی تفریحی
۲۳۴	۱۴-۶ گردشگران و نیاز به خرید
۲۳۴	۱۵-۶ تمایل به خرید یادبود و یادگاری
۲۳۶	خلاصه فصل ششم
۲۳۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم
۲۳۸	خودآزمایی تشریحی فصل ششم
۲۳۹	پاسخنامه خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای
۲۴۱	منابع

پیشگفتار

امروزه سفر و گردشگری با تور به قدری رونق گرفته و ویژگی‌های عمومی زندگی مردم تا حدی تحول یافته است که ناشیدن نام تور کسی متوجه نمی‌شود و نام تور و گردشگری برای یک فرد بیگانه نیست نه تنها تور برای وی کلمه تور بیگانه نیست بلکه بسیاری از اصطلاحات گردشگری و تور را نیز می‌داند و این موضوع هیچ دلیلی نمی‌تواند داشته باشد غیر از اینکه مردم با گردشگری آشنا شده‌اند و ارکان آن را نه به صورت جزئی بلکه به صورت کلی با آن آشنا هستند، این آشنایی با سفر و گردشگری جدای از رونق تور و سفر در سال‌های اخیر به مدد رسانه‌ها علی‌الخصوص رسانه‌های ارتباط جمعی و رسانه‌های اجتماعی شکل گرفته است و تسهیم دانشی در این حوزه شکل گرفته است که می‌توان از آن به عصر شکوفایی سفر و شروع حرکت فرهنگ گردشگری نام برد، دیگر اصطلاح سواد رسانه‌ای شاید تنها نباشد و همسان‌هایی نظیر سواد گردشگری نیز در بین عموم مردم نه فقط فضا تحصیل کرده در این حوزه با آن آشنا هستند، با این توصیف و به صورت تخصصی بر آن سواد کتاب مدیریت و برنامه‌ریزی سفر را تهیه کنیم به مدد تجربه و علمی که در این چند سال هرچند اندک آموخته‌ایم و همچنان می‌آموزیم، سعی کردیم مفاهیم تا حدودی کاربردی، غیر تکراری و آموزنده برای دانشجویان، علاقه‌مندان و شاغلین در این صنعت گردآوری نماییم، هیچ شکی در نقص این مجموعه نداریم لیکن امیدواریم آغازی برای بهبود وضعیت منابع آموزشی و دسته‌بندی‌شده در این حوزه باشد. لذا در شش فصل با عناوین کلیات و مفاهیم، برنامه‌ریزی سفرهای گردشگری و عوامل تعیین‌کننده آن،

قیمت‌گذاری و عملیات تور، فناوری اطلاعات و ارتباطات، بازاریابی و ارزیابی و نظارت و بهبود برنامه‌های گردشگری کتاب دسته‌بندی شد و موضوعات مرتبط با سرفصل وزارت علوم و واحد مدیریت و برنامه‌ریزی سفر ارائه شد، جا دارد از تلاش‌های مجدانه گروه تخصصی جهانگردی، کارشناس محترم گروه سرکار خانم درینی، سرکار خانم طلوعیان کارشناس محترم تدوین کتب درسی و کارکنان دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی رستاک که در تهیه و تدوین این مجموعه مرا یاری رساند کمال قدردانی و تشکر را بنمایم و از خوانندگان ارجمند تقاضا نمایم چنانچه موارد نهایی به‌نظر آنان در راستای بهتر شدن کیفیت ملاحظه می‌کنند به آدرس rastaktour89@gmail.com به این جانب ارسال کنند.