

# 2023年工作态度与责任心心得(精选5篇)

做任何工作都应改有个计划，以明确目的，避免盲目性，使工作循序渐进，有条不紊。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 旅游工作总结和计划篇一

根据20xx年我县旅游经济指标完成情况和20xx年国内经济运行趋势预测，我局计划今年完成的旅游经济指标是：全县共接待旅游人数42万人次，同比增长xx%；实现旅游总收入18000万元，同比增长20.2%；实现景区门票收200万元，同比增长23.4%。

规划是做好景区景点开发建设的基础，以规划为根本，按照规划逐步实施，将景区景点规范化、标准化。我局年内将完成《xx景区详细性规划》《xx旅游小镇规划》《xx旅游小镇详细性规划》《xx三腊风景区详细性规划》的编制工作，同时编制《xx镇xx村总体规划》和《马路旅游特色村详细规划》。

（一）加强项目申报及储备。首先是根据中央扩大内需会议精神要求，组织好相关材料，力争争取xx景区综合开发得到上级旅游基金、国债资金补助，或争取列入国家开发银行贷款项目；其次是尽量收集资料，重点在xx风景名胜区景点，做好景点项目建议书作为项目储备，便于今后项目申报。

（二）抓好景区项目建设。一是实施xx景区游客服务中心、景区大门、旅游公厕（2座）、桃花谷绿化、休闲广场、风雨桥、云水船吧、民居改造（10户）、马车路《xx景区绿化等十大项目；二是实施出水洞大坝码头续建《xx三腊景区景观桥续建、三腊环瀑游路续建等项目。

（三）加强旅游资源调查。今年力争完成xx龙潭溶洞、堂上农业观光、旧莫红石岩里纪等项目的资源调查，为培育我县新的旅游资源奠定基础。

一是做好中国xx国际旅游节xx分会场各景区的民族文化旅游活动，加大对花街节活动的宣传促销工作。

二是组织参加国内各种旅游交易会，不断扩大我县旅游产品的知名度。

三是充分利用各种新闻媒体进行广泛宣传，扩展我县旅游客源市场。

四是加强与广西百色市的旅游区域合作，推动xx两省结合部的无障碍旅游发展。

（一）今年将举办1次宾馆饭店服务人员和管理人员培训班。主要采取理论与实作相结合的教学方式，聘请职业教育教师或高级宾馆资深人员对我县宾馆饭店服务员进行礼仪礼节、餐厅服务、客房服务、前厅服务等方面的基本知识和基本技能培训，不断提高现有服务人员的服务水平，增强旅游行业新员工的服务意识，为我县营造一个良好的旅游服务环境。

（二）组织开展旅游服务人员争先创优活动，营造旅游服务人员学技能、比服务的良好氛围，不断提高我县旅游服务质量，实现质量效益相统一的良性发展局面。今年要力争在第三季度举办1次旅游服务技能方面的竞赛，以掀起各宾馆饭店学习服务技能，提高服务质量的热潮。

（三）今年将对景区农家乐进行1次旅游服务技能培训，重点是进行卫生、食品、消防等方面的安全知识和法律法规以及烹饪技能培训，提高农家乐服务档次。重点是与厨师协会和相关部门的进行合作，在xx景区举办烹饪技能培训，提升农家乐饭菜质量，增加菜式花色，使农家乐饭菜更富有农家特

色，更为游客所接受和喜爱，进一步增强xx景区吸引力；同时在xx镇法棚村扶持3—5户农家乐接待户，开创县城周边农家乐经营发展新模式。

## 旅游工作总结和计划篇二

通过与高校合作，录用高校旅游专业学生实习，通过培训成为一个合格的销售代表，优秀者晋升客户经理。通过人才市场网络进行招聘。（高校：扬州职大旅游管理系、镇江高专旅游系、镇江旅游学校）

负责分管地区的市场调研、销售，掌握市场动态，完成片区销售指标。

### 第一阶段

- 1、参加公司新员工培训，了解、熟悉、掌握《员工手册》内容、企业文化、公司产品；（如：《员工手册》、礼仪素质训练、心理心态训练、公司简介和景点景区知识）
- 2、部门培训，了解、熟悉、掌握企业经营知识、销售途径、销售方法、市场调研方法、提高开拓和执行能力；（如：熟悉旅行社产品、旅游线路操作流程，了解旅行社计调工作等）

### 第二阶段

- 2、负责对所辖区域的旅行社及各类客户进行拜访、洽谈，确定目标旅行社及客户；
- 3、邀请重要旅行社及目标客户参观考察，确定合作方式，建立良好的合作关系；
- 4、在实际操作中熟悉市场动态；

## 第三阶段

- 1、掌握市场动态及合作旅行社、客户的情况，并及时向上级递交书面报告；
- 4、负责重要团队、大型团队的衔接、接待工作；
- 5、及时对客户进行回访，了解公司接待质量，并将问题反馈至公司；
- 6、积极参加部门及公司组织的培训，不断提升业务技能；
- 7、建立合作旅行社的档案；
- 8、负责所辖片区广告投放的跟踪工作；
- 9、负责公司政策调整、重大活动举办的信息传达工作；
- 10、负责催收所辖区域合作客户的欠款；
- 11、每周日下班前将上周工作小结及下周工作计划提交旅行社市场主管审批；

中国人口主要密集省份在：河南、山东、四川、广东、江苏、河北、湖南、安徽、湖北、北京，中国经济最发达的省份主要是：广东、浙江、江苏，主要是沿海、沿江省份。所以重点业务片区在：华东、华北、华中、华南及台港澳地区。辅助业务片区在：西南、西北及东北片区。

## 旅游工作总结和计划篇三

时间真是转瞬即逝，我们又将接触新的知识，学习新的技能，积累新的经验，该好好计划一下接下来的工作了！小编在这里给大家分享一些景区旅游的工作计划，希望对大家能有所帮助。

国家旅游局把20\_\_年确定为“文化旅游年”，旅游业被国家确定为战略性产业，苏马荡风景区将围绕上级旅游部门的要求，充分利用旅游业资源消耗低、带动系数大、就业机会多、综合效益好、富村富民、可持续发展的优势，把今年作为苏马荡的“文化旅游建设年”。总的工作思路是：“办好一个节会、狠抓两项建设、达到三个提升、实现四大突破”。

## 一、办好一个节会

即：中国传统习俗名镇谋道苏马荡第三届杜鹃文化旅游节。

时 间：20\_\_年5月上旬

地 点：苏马荡风景区

主 题：发展乡村旅游 实现富村富民

走进绿色旅游 感受生态文明

## 二、狠抓两项建设

2、文化建设：计划投资举办景区书法作品展示、建图书室、拍摄《走进苏马荡》mtv、举办杜鹃节、推出“神韵苏马荡”土家歌舞专场演出，举办苏马荡摄影大赛，以各大媒体为载体：充分利用电视、报纸、期刊、网络等对苏马荡进行大力宣传，狠抓景区“六个一”形象工程塑造：

1、一句震撼人心的宣传口号：“苏马荡，中国一个最美的小地方”；

2、一个特征明显的形象标识：苏马荡；

3、一首优美动听的土家歌曲：《走进苏马荡》；

- 4、一盘经典别致的风光碟片：《苏马荡，美丽的童话世界》；
- 5、一本独具魅力的旅游手册：《苏马荡，森林中的伊甸园》
- 6、一台特色鲜明的文化大戏：《神韵苏马荡》。

### 三、达到三个提升

- 1、景区级次上提升：从目前的aa级景区提升到aaa级景区；
- 2、景区运作上提升：由个体私营业提升到公司企业化运作；
- 3、景区品牌力提升：提高苏马荡知名度、美誉度、强化硬件、软件建设，提升服务质量，使苏马荡品牌力提升。

### 四、实现四大突破

4、优质精细服务上突破。进一步提高服务水平，树立质量意识，以游客满意为基础，全面实施《旅游服务质量提升纲要》，以人性化、个性化、精细化服务为突破口，提升从业人员服务意识和水平。

20\_\_年，苏马荡风景区将在政府、旅游部门的直接领导下，认真落实科学发展观，积极探索乡村旅游发展路径，以保护生态、富村富民为己任，倡导绿色旅游、建设生态文明、发展低碳经济，在旅游开发建设中让老百姓增加就业机会、增加经济收入、提升综合素质，为国家提供税收，为地方经济发展做出应有的贡献。

在镇党委、镇政府的带领下，\_\_旅游业再创佳绩，20\_\_年是十二五规划实施的第一年，也是\_\_旅游业朝着新目标、新使命发展的新的一年，作为\_\_原生态风景区管委会的一名工作人员同样肩负着将\_\_打造成为全国最美乡村的使命。因此我

为自己制定本年度工作计划：

- 1、遵守\_\_原生态风景区管委会的各项制度，力求自身工作的高质量、高(20\_\_幼儿园健康教育工作计划)效率。
- 2、将培训内容，业余学习与去年工作经验结合起来，迎接新一年的旅游工作。
- 3、加快\_\_"aaa级景区建设"国家级水利风景区建设"以及"\_\_"五镇"建设所需的文字资料及视频材料。
- 4、一如既往的积极参加镇政府所组织的一切活动与工作。
- 5、作为管委会财务人员，在遵守《旅游公司财务制度》的前提下，努力配合各部门工作需求，把管委会利益最大化。
- 6、根据管委会各项制度与实际情况，不断完善公司的财务制度。
- 7、加快工作效率，在与管委会其他同事的努力下力求在20\_\_年五一前夕将"遗失的傜骆道，美丽的\_\_"一书呈现在大家眼前。
- 8、多开发旅游产品与旅游纪念品，拿出可行的旅游消费方案。将\_\_原生态产品展销室打造成为\_\_第一个展销厅。

以上是本人20\_\_年的工作计划，希望各位领导与同事指正、监督。

根据镇政府工作安排，针对负责\_\_自然生态风景区等工作，制订\_\_年度工作计划如下：

一、做到正常维护\_\_风景区整体性环境保护工作，监督道路保洁卫生、道路畅通、安全等工作。预防有乱砍乱伐、有道

路障碍等现象的发生。

二、春季3月20日起至5月10日期间集中五十天时间，组织好各相关单位和人员，做好\_\_风景区防火防盗(护林护笋)工作，完善建章建制，把龙山风景区巡防工作落到实处。

三、六月份、十月份安排两次道路清障、路肩拓宽，道路交通安全标志维护显露达到十分明显的程度。

四、向政府领导争取针对\_\_保洁员工指标增加一名额分配给砖井村，以缓解原一名保洁员工的工作任务重、压力大的负担。确保有两名保洁员工能正常保证\_\_风景区各项保洁工作的做实到位。

五、在既没有经营性、也没有开放性的\_\_湖，处在七、八月份高温季节时期内，注重自由来\_\_湖游泳的众多游客，向他们不定期、不定时地随时宣传：“水深面广、禁止游泳”等安全告知宣传工作，并做到随时巡视巡查。同时把坝埂上所有明显安全标志检修一次，以达到安全警示和严肃告知的效果。

六、配合水务部门为\_\_湖(实名\_\_水库)申报立户进编作努力推进性工作。配合水务部门为\_\_水库大坝埂上的路、桥拓宽、坝基坡堤埂铺石改造工程。

七、配合相关财政所、集体资产管理中心等部门做好标房、三产服务用房出租及租金收缴工作。20\_\_景区工作计划20\_\_景区工作计划。配合协税护税工作。

八、极力配合政府对\_\_风景区招商引资和开发工作。

九、做好处置办的相关预防和打击涉嫌非法集资的日常工作。

十、做好政府突击性，临时性交办的各项工作事务。



随着国内旅游投资热的兴起，新建景区数量急剧膨胀，景区营销环境发生了很大变化。不少老景区由于受到新景区的同质化竞争和客源分流，经营上倍感压力；而新景区由于缺乏营销管理经验，市场营销工作也是举步维艰，旅游行业正面临着新的'挑战。

## 一、集思广益，探寻营销新方向

在今天这个旅游市场竞争日益激烈的环境下，旅游景区的产品已不仅仅是风景本身，更多的是景区的硬件服务设施及景区对游客提供的人性化服务。自20\_\_年4月份景区新的领导班子就位以来着力强化市场营销，在市场营销的道路上艰难前行，为拓展景区的市场范围，扩大景区的市场影响力，探寻景区市场营销新方向，公司多次召开关于市场营销策略专题会，提出通过市场营销部做好旅行社“一对多”拜访工作，采取个性化营销和服务性策略，针对每个旅行社的实际情况给予不同的合作政策、奖励措施，把主要资源、政策用在他们身上，进行全方位管理，在不损害旅行社利益的同时，更要增加景区的人流量及收入，达到双赢的目的。

## 二、真抓实干，深入市场细调研

所谓市场营销，掌握好市场需求是至关重要的，20\_\_年以来公司积极参加在武汉、重庆等各地举行的大型旅游推介会，同时提出“全员营销”的模式。公司经营班子亲自带队到周边各大旅行社及市场合作渠道进行走访，实地宣传、调研，仔细了解各旅行社、各市场渠道的实际情况与难处，了解目前旅游市场的现状及需求，掌握好第一手客源信息，并与各旅行社、各市场渠道负责人进行充分沟通交流，提高景区在市场的知名度和影响力，努力在逆境中奋勇前进，为景区的营销工作添砖加瓦。今年以来，景区虽在传统旺季的业绩有所提升，但整体仍需进一步加力。

## 三、组织活动，力推淡季“活动季”

十一黄金周过后，旅游市场进入淡季，海尔集团首席执行官张瑞敏曾说过“没有淡季的市场，只有淡季的思想”。为积极适应旅游新形势，转变“坐、等、靠”慵懒思想，唐崖河公司改变工作策略和思路，研究制定了一系列的工作新计划，主动出击。计划通过开展一些具有当地特色的活动来吸引游客的目光。

11、12月，公司筹划与武汉游侠客合作，力推一条唐崖河景区的精品户外徒步线路；同时结合“杀猪饭”，羌寨小吃等美食，与各旅行社通力合作，助推景区“活动季”，抓住今年的尾巴为景区经营创收。

#### 四、展望未来，谋求来年创佳绩

20\_\_年，在市场营销策略策划上，公司拟重点突出景区精品化路线，加强与周边景区的组合路线游，提升游客在游览路线上的体验感，虚心向同行学习营销知识和方法，努力提高景区自身的服务质量及景区各项硬件服务设施，让游客在一样的观光中去寻找不一样的感受，在一样的休闲中发掘不一样的质感，在一样的度假中体验不一样的生活。同时创新营销新思路，提升营销技能。

“满意是今天的市场，美誉是明天的市场，服务才是永恒的市场”！在今后的生产经营中，唐崖河公司将继续推行市场营销举措，用智谋划，用力推进，主动走出去，搞好与各大旅行社的互动，建立良好的合作关系，进一步拓展市场营销渠道，融入新形势下旅游新模式，积极推动和发展户外旅游及自驾游，配合好各个渠道做好线下活动策划、推广。面对如季节轮换一样的淡旺季交替，景区更会严格要求，提升服务品质，会以更积极的心态引领消费，实施创新营销策略，竭诚为游客提供更加优质的旅游服务，用心对待每位游客，谋求新发展，争创新佳绩。

为了能更好的实施安全生产计划，根据往年景区安全生产管

理工作经验教训，结合工作实际，并制定20\_\_年景区安全生产工作实施方案，具体内容如下：

### (一)、工作目标。

认真贯彻落实国家安全生产相关法律法规，全方位做好景区消防、工程、卫生、治安等方面安全工作，为景区健康、快速发展，提供良好的安全保障。

### (二)、组织领导。

由景区安全生产工作领导小组全面负责景区安全生产工作领导，景区安全生产领导小组由景区管理处、\_\_警务区、\_\_保卫科三方相关负责同志组成，其中组长1名，副组长2名。将景区全年安全生产工作按阶段进一步细化，明确分工，将责任落实到具体个人。

### (三)、具体工作安排。

1、例行检查和重点检查相结合，确保安全检查常态化，及时发现并消除各类安全隐患和危险源。每周一次例行安全检查，重点检查地宫、寺院各殿堂等重点消防部位，检查消防配套设施是否可用，消防通道、逃生通道是否畅通。“五一”、“十一”“春节”及景区内重大节庆活动前，制定活动安全应急预案，对景区进行全面的安全检查，将对寺院各殿堂、景区各经营店铺、各在建工程进行消防、卫生、用电、施工等方面的安全检查，在安全检查中，对发现的安全隐患和危险源，要明确责任领导、责任人、整改责任人、整改期限，直至安全隐患和危险源消除。

2、不断提升景区安全生产管理水平。加强工作人员、景区常住人员、经营人员安全生产法律、法规及安全常识的教育培训，进一步提升其安全意识；逐步建立完善景区安全生产管理制度；建立景区安全生产台账，做到资料完整、规范，数据翔

实准确，不断完善安全生产档案资料；通过横幅、宣传单等形式不断加强景区安全生产工作的宣传，在景区营造良好的安全生产氛围。

3、开展安全应急演练，提升景区防火、防灾能力。由景区安全生产工作领导小组组织景区管理处全体人员、警务区全体人员、各经营业户、寺院各堂口负责人开展景区安全应急演练。演练内容重点是防火、防灾、防食物中毒等突发事件。3月份和7月份各举行一次，届时将邀请消防、卫生等部门参与。

4、做好节日值班和节日巡查。节假日期间，全体工作人员上岗，严格执行景区节假日24小时领导带班值班制度，节假日期间，加强景区巡查，安排专人加强地宫、景区出入口等游客密集处的值守，及时疏散游客，防止拥堵、践踏等突发事件发生。

## 旅游工作总结和计划篇四

### 1. 大学生旅游市场的规模巨大

随着各地大学的持续扩招，大学生的比例已经达到的一个全新的台阶。这几年的招生人数以每年高达30%的速度递增，到2020xx年底，全国高校在校大学生人数已经达到1508.6万人。根据教育规划，高等教育到20xx年将进入大众化阶段，适龄青年上大学的比例将达到15%，到20xx年达到20%。集中着新一代人群的大学市场已经初具规模，并还将持续扩大。

### 2. 大学生的旅游动机强烈

从高中进入大学，对于广大学生群体来讲无疑是进入了一个全新的生活。高中学业繁重，时间紧迫，学生思想压力大，而与之相比，大学生思想上更加开放，渴望新鲜事物，并且现在社会物质生活质量提高，年轻人对精神层面上的享受有更加执着的追求。而旅游作为一种学习、休闲、娱乐的重要

方式，也正被广大的学生群体所接受和追捧。据调查显示，被调查者中80.8%的人对旅游兴趣浓烈，14.2%的人回答可有可无，只有5%的人表示反对，可见旅游已是大学生最为喜爱的休闲方式之一。

### 3. 大学生的闲暇时间充足

现如今大学以开放式教育为主，学生学业相对轻松，有很多社会实践的机会。而我国大学生除了有法定的节假日外，还有传统的寒暑假，大约有172天假期，约占全年的47%。所以说大学生有充分的时间可以进行自由调配。

### 4. 大学生的自由支配收入

随着社会经济的发展，我国国民经济已经进入了快速发展时期。家庭可支配收入增加，大学生生活费也水涨船高。再加上参加勤工俭学、以及奖学金等其他原因，大学生的经济条件已经得到很大的改善已经完全具有了出游条件。

### 5. 大学生的品牌前景

大学生作为新一代的高素质人才，在5-20xx年也将成长为社会高层次、高收入群体，而大学中接触的品牌也将影响之后的消费习惯。大学生作为年轻的消费群体有着强烈的分享欲望，结交人群也相当广泛，之后将分布于社会的各行各业中。在大学生之间建立起良好的品牌形象，将潜在的增加企业的客户量，培养了客户对品牌的忠诚度，吸纳优秀的青年人才在企业进行学习工作，有利于企业的长久良性发展。

## 二. 高校旅游市场现状分析

大学生作为特殊的消费群体，消费能力相对较低，在购买旅游产品时相对于重视旅游价格的比较，因此也造成了学生市场利润空间不足的现象。大多数旅行社疲于应付成人市场的

竞争，不愿将过多精力花费于此，只设立相应的学生代理，于是大学生市场虽大，却成为食之无味弃之可惜的局面。

现今，大学生市场虽龙争虎斗，学生代理之间的竞争相当的激烈，但是也由于学生专业化知识的缺少，面临着管理松散、缺少细节规范等一系列的问题。

首先，由于产品的同质化严重。虽有众多学生代理提供旅游产品，但是相互之间的差异并不明显，也由于学生经济条件的限制，线路的相似度极高。学生对旅游硬件设施的要求较低，也造成品牌的意识在众多学生和学生代理的心目中比较淡薄的现象。

再者，旅游宣传的个性不强。众多旅游宣传形式基本相同，主要以张贴宣传单为主。而且内容也千篇一律，毫无特色可言。

然后由于学生旅游市场的价格较低，现在尚未有一家针对于学生市场放眼远方，专业服务于学生的旅行社出现，正因如此，旅游服务人员缺少专业素质，现有的旅游团队并不重视对学生的服务问题，这样不仅损害了学生应享有的权利，也破坏了旅行社的声誉。

管理人员理论知识比较薄弱，依靠单纯的经验管理市场，洞悉市场漏洞的能力比较低，成功的之处无法上升到理论层次，不具备有复制性。

如今高校大学生旅游市场的竞争已经演变成为单纯的一场人力资源多少的拼杀，谁招的业务员多，谁就将赢得更多的市场，其实这是一种病态的市场情形，是市场营销质量低下的一种反映。

### 三. 团队旅游市场战略

成立“远方学生旅行社”，立足于湘潭众多高校，放眼远方，专业服务于广大学生群体。以“路在脚下，心在远方”，“远方不远，就在身边”，“旅游就去远方”，“不读书，就去旅行，心和身体总有一个在远方”等为远方学生旅行社的主打标语。以良好的专业素质和服务，树立好良好的品牌形象，提高市场价格水平，规范大学生旅游市场，建立全国服务于各高校学生的专业旅行社。

#### 四. 团队旅游营销战略

##### 1. 营销宗旨

由点及面的进行推广。抓住班团团体旅游的大客户，以多样的产品及特色服务赢得认可，并向广大散客游众进行辐射。在实践中建立一套先进可行的旅游市场方案进行复制性推广。

##### 2. 产品定位

大学生出游在很大程度上都是以班团、社团组织的形式，所以将市场重点放于团体旅游之上。以班团、社团组织作为核心客户，以发放折扣券的形式与班团社团负责人建立起良好关系，并采取差异性营销为目标群体制定相应的不同政策、服务与宣传。(如专为班团客户制作旅游过程视频，并刻盘免费赠送;班团客户根据具体的条件享受折扣优惠;提供班级联谊策划和实施等)

##### 3. 销售渠道

以多种营销渠道相结合，增加客户办理业务的机会，减少潜在的客户流失。

##### 业务员传统营销

增加校园里的业务办理点，在各院系班级设立联络人，增加

消费者购买产品的渠道，从而增加团队的整体业务水平。

## 网络病毒式营销

利用qq空间、飞信、微博等多种网络信息工具，无任何成本的向目标客户直接传递相关信息。由于qq等信息工具使用的普遍性，以及学生群体对其的依赖性，可利用网络将你所要表达的信息无限制的传播。

建立好代表团队形象的官方qq及微博，发布营销软文，直接与用户面对面交流，迅速发现并解决问题，有利于在用户群中良好口碑的建立。让客户自主的去替你宣传，赢得广大的忠实客户。

## 电话营销

由团队成员电话联系客户进行拜访，询问客户是否有旅游意向，详细登记客户具体信息，并及时进行数据整理。规定周期业务量，并由团队负责人进行考核。

## 数据库营销

平时业务操作中注意询问客户的详细信息，并建立好意向客户和已有客户的信息数据库。固定时间通过qq、飞信、微博等信息工具向客户推荐旅游产品或进行旅游知识的公益普及，迅速的寻找目标客户，精准的进行对位营销。

## 4. 价格政策

总体上通过提高服务质量，加送赠品的形式增加顾客的购买价值，增加顾客心中的满足感从而提高产品整体价格。对散客、团队采取不同的价格政策并配合促销活动建立整体价格体系。



## 4. 广告宣传

当市场产品、宣传同质化严重时，进行差异化营销无疑使赢得市场的关键。以传单张贴物、qq空间、飞信等多种工具为载体进行旅游的趣味知识公益宣传，以不同的宣传方式树立团队的良好品牌形象。例如：旅游害怕没有时间，世界之窗一日游。凤凰，这座古城为了你已经等了千年。要不看书，要不旅行，心和身体总高有一个在路上。以有深度、趣味性的宣传标语营造良好的品牌形象，引导消费者进行消费。注意宣传制作的质量，不然容易有相反的效果。

## 5. 产品结构

对团体、和散户推出菜单式的旅游产品，全包价，半包价，零保价可自由选择，也可列出旅游景点让游客自由选择的形式，让旅游出行更加灵活自由；不同旅游景点和服务的自主选择也避免了价格上的恶性竞争。

基本业务稳定后可通过联合其他团队进行业务合作，或独立自主开发的方式增加外围相关产品，如素质拓展，团队培训等。增加产品线的宽度和深度，进行多元化的扩张，有利于分散团队整体的盈利方式，增加团队整体的抗风险能力，同时也增加了消费者的购买渠道。

## 6. 产品服务

旅游产品的成本基本相同，所以当价格没有特别优势时，通过提高服务质量，加送赠品的形式增加顾客的购买价值来增加顾客心中的满足感。一方面对团队成员进行系统培训提高旅游服务人员的专业素质，对团队成员进行行为规范并进行监督，注重于流程操作细节避免失误。另一方面对游客赠送小礼品并加强售后反馈设立专职人员及时处理游客意见，提高整体服务水平。

## 旅游工作总结和计划篇五

### （一）秘书处：

- 1、配合主席团，结合各部门具体情况提交学生会本学期工作计划和工作总结。
- 2、及时传达主席团的决议，做好会议教室的申请、会议通知及考勤、记录工作。
- 3、与团总支办公室共同制作新一学期的团总支、学生会成员值班表。完善各项制度，配合老师工作，促使学生会的工作更加制度化、规范化的进行。
- 4、负责学生会组织的精品活动的报道工作及各种文件的及时收取。
- 5、配合其他部门工作，做好各部门之间的协调。

### （二）学习部：

- 1、多创新组织一些与本专业相关的活动，以培养同学们的专业素质。
- 2、积极配合其他部门做好各项活动。

### （三）自律部：

- 1、做好大一新生的升旗、晨跑、晨读、晚自习的签到及纪律检查工作。
- 2、维持系里各项活动、会议的秩序。
- 3、及时张贴海报，使同学们能够及时了解各种信息。

4、协助其他部门做好各项工作。

#### （四）生活部：

1、做好xx级新生助学贷款的相关工作。

2、完成贫困生助学金、奖学金的评选工作。

3、认真完成好星级宿舍评比工作。

4、做好系里各项体育活动、赛事的供水工作。

5、积极配合其他部门做好相关工作。

#### （五）文娱部：

1、举办“k歌之王”比赛，发掘歌唱人才，丰富同学们的校园文化生活。

2、协助院文娱部进行班级合唱比赛的准备和组织工作。

3、创立“信息园”板块，将学生区的信息及时传达给旅游学院的同学们。

4、帮助院文娱部完成旅游风采节的相关工作。

5、协助其他部门做好各项工作。

#### （六）宣传部：

1、负责系里各类海报的制作，及时准确地向同学传达信息。

2、加大宣传力度，扩大市场系的知名度和影响力。

3、配合文娱部做好“信息园”板块。

4、与团总支宣传部合作，共同举办“涂鸦”大赛。

5、积极配合其他部门做好各项工作。

#### （七）体育部：

1、办好本系传统精品活动“三对三”篮球赛。

2、组织做好系足球赛的相关工作。

3、协调其他部门做好各项工作。

#### （八）外联部：

1、加强对外联系，为同学们提供兼职锻炼的机会，提高实践能力。

2、为本系k歌之王、足球赛、涂鸦大赛等各项活动拉赞助，提供活动经费。

3、利用学校举办娱乐活动（如演唱会）的机会进行相关的销售活动以赚取活动经费。

4、配合其他部门做好各项工作。百分热情，全心服务，携手共进，续写辉煌！

## 旅游工作总结和计划篇六

《旅游局后勤工作计划》是由计划网工作计划栏目为您推荐，为了方便您的使用，您可以收藏计划网工作计划栏目。

今年是旅游市场开发工作关键的一年，机场通航，优化了我市旅游市场客源结构国内长线及境外客人有了便捷的空中交通，客源分布扩大，使\*\*的区位优势转化为客源市场优势，形成全省最大的\*\*旅游版块，规模效益显现。预计全年接待

游客326万人次，比增16.4%，收入14.7亿，比增20.4%，现将工作情况汇报如下：

一、抓住\*\*机场的开通，大肆炒作旅游。今年四月份，配合市政府在厦门、深圳召开\*\*机场通航新闻发布会，我局组织本市旅行社及厦门、深圳二地旅行商参与会议，进行业务对接，整个会场以旅游宣传为主，布置得当，气氛热烈，深圳、厦门报社整版刊登\*\*丰富的旅游资源和良好的投资环境，达到预期目的，改变了我市客源以本省为主，外省难以进入的局面，大大丰富了客源层次，形成淡季不淡，旺季更旺的良好局面。

二是积极参加省局统一组织的欧洲旅游推介会、杭州国内旅游交易会、上海国际旅游交易会和新加坡旅游推介会等，借助交易会、推介会等宣传平台，拓展旅游宣传的宽度和广度，努力提高龙岩旅游知名度。

三、创新思路，加强合作，拓展市场。根据我市的客源市场和区位优势，我市旅游局解放思想、互惠互利、共赢发展，得到了\*\*\*\*\*的热烈响应，于7月份三地签定了旅游协作的《\*\*\*\*\*》。建立无行政区划界限、无障碍的\*\*\*旅游协作区，整合三市旅游资源，设计三市旅游线路，共同推介促销，协作区的成立，使我市的客源市场进一步发育、扩展，游客进入成本降低，为\*\*高速年底通车打下了客源的基础。

四、举办土楼节，炒作境外市场。抓住\*\*高速年底通车的契机，12月29日，我们组织策划了\*\*文化旅游节，借船出海，利用\*\*这个窗口，加大对海外宣传的力度，带动我市旅游的外向型，拓展境外市场，达到双赢的目的。土楼节期间，日本、东南亚、港澳台等国外、境外旅行商、媒体和国内媒体、嘉宾约400人参加了开幕式，1000多游客欣赏了郑小英指挥的大型交响乐《土楼回响》，还举办了“游客眼中的土楼”摄影大赛、旅游商品展和百部自驾车游\*\*等活动，引起巨大反响。

五、整合旅游资源，联合制作宣传资料(material)□ 根据今年机场开通及\*\*协作区的形成，旅游市场发生变化，长线客人和境外客人将大幅增加，我们及时调整、精选10大成熟景点，编排新线路，按市场化运作，体现谁促销谁受益，努力实现优胜劣态、良性循环的新局面。与厦门、漳州联合制作旅游交通图，自驾车指南等，加大有针对性的宣传，达到事半功倍的效果。

小编推荐：

2018年中学后勤工作计划

行政后勤工作计划范例

## 旅游工作总结和计划篇七

实施调查：全体成员 记录：黄宁

2)活动步骤(分六个阶段完成)

阶段一(一周)：前期准备

阶段二(三天)：调查报告计划书、调查问卷设计

阶段三(三天)：实施调查

阶段四(三天)：资料收集

阶段五(一周)：成果汇总

阶段六(一周)：撰写调查报告

3)活动所需条件：

调查者与被调查者的配合

资料：上网查找等

预期的成果：调查报告

表达形式：文字，图表，数据，图片等

6、调查问题设置： 组展者会展现场管理与控制；参展商参展情况；消费者(市民)反映。

## 旅游工作总结和计划篇八

工作计划网发布2019旅游局年度工作计划，更多2019旅游局年度工作计划相关信息请访问工作计划网工作计划频道。

xx省委、省政府《关于加快\*\*经济圈建设的若干意见》精神，以经济圈发展规划纲要为指导，按照一体化的发展方向，编制完成《\*\*经济圈旅游发展规划》。推动\*\*、淮南、六安□xx市xx市等周边地区的旅游资源一体化开发，建立跨区域旅游合作机制，促进旅游与文化、会展等融合发展，培育全国知名会展品牌，完善高速公路通往4a级别以上景区连接线，加快实现\*\*经济圈4市旅游一卡通和直通车，共同打造以\*\*为中心的全国知名旅游目的地和旅游集散地。

### 二、加快旅游大项目建设

以推动\*\*旅游xx年度十大项目为抓手□xx市旅游产品的核心竞争力，立足打造拳头产品，积极谋划牵动性大、辐射力强的旅游项目，积极促进项目转化特色旅游产品□xx市旅游业持续、快速、协调发展。启动\*\*动漫主题公园建设，重点跟踪滨湖乐活世界项目，加快推动安徽名人馆、安徽博物馆建设，完成渡江战役纪念馆主体工程，加快中国（\*\*）非物质文化遗产园、安徽饭店综合改造项目建设，做好淮军圩堡群的修复、

重建、保护工作，积极支持东方田园生态湿地公园项目建设。做好a级景区创建工作，对照评定标准，继续推进旅游景区提档升级，确保不少于2家景点景区晋升4a级旅游景区，强力推动三河古镇5a级景区创建工作。编制实施《淮军文化旅游专项规划》，逐步开发打造独具特色的淮军圩堡群项目。

### 三、积极发展乡村旅游

### 四、大力培育旅游航空新线路

继续贯彻《xx市场的.通知》（皖政办[xx]31号）文件精神，积极培育航线航班，重点培育国际航线。在开通\*\*—首尔、\*\*—香港、\*\*—台北航线基础上，加快推进\*\*—新加坡航线，积极推动海南航空公司早日开通西安或大连—\*\*—新加坡航线；积极研究\*\*—东京等国际航线。立足于\*\*招商引资和旅游业发展，研究开通、加密部分国内航线。

### 五、努力提升行业水平

适时出台《旅馆业管理办法》，切实加强监管。巩固创建成果，重点围绕饭店建设，开展质量建设年活动。培育3家五酒店挂星，3家旅行社晋升全国百强社。完善旅游景区交通指引标志。着力在提高旅游企业整体素质，加强行业质量建设上下功夫，加强基础管理工作，广泛开展行业认证，重点推进管理体系认证、食品安全认证、节能降耗认证。围绕提高从业者服务技能水平，重点开展岗位培训，按照旅游企业岗位设置不同，结合行业发展要求，大力开展各式各样的岗位培训；坚持以赛代训，促进服务质量提高的原则，组织开展行业技能竞赛。用开放的原则抓服务质量提高，坚持两手抓，一方面向先进地区学习，另一方面开展互帮互学活动。