

<<旅游企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787313058058

10位ISBN编号：7313058055

出版时间：2009-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：严伟 编

页数：264

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游企业战略管理>>

前言

如果单纯编写一本普通战略管理教材似乎并无必要，因为国内外的相关图书已如汗牛充栋，令人目不暇接。

考虑到这样一个现实，即国内一些一线旅游企业、特别是一些上市旅游企业集团，如酒店业类的金陵饭店集团、锦江集团，旅行社类的中旅集团、青旅集团，旅游资源类的黄山旅游，等等，都已经摆脱了传统的、管理视角向内的企业管理模式，通过并且仍将继续通过战略管理模式，进一步提高企业经营境界和业绩；然而，与动辄十多个版本的其他旅游类教材相比，目前在书店里关于旅游企业战略管理类的教材并不多见。

从这个角度来看，编写一本旅游企业战略管理的教材确有其必要性，更何况旅游企业战略管理是旅游管理类专业的主干课程之一。

那么，接踵而来的问题是这本旅游企业战略管理教材该如何体现自己的特色呢？

本书尝试着做了如下努力：（1）在保持普通战略管理教材系统性、逻辑性的基础上，加入了大量旅游企业战略管理的成功案例，旨在通过感性材料激发学生的学习积极性和旅游企业管理者的战略管理潜能。

（2）在各章节内容安排上遵循学生的认知规律和教师的教学规律，按照学习目标、导入案例、正文、研讨案例、复习与思考的体例形式编排内容并提供了相应参考答案。

这种形式上的创新实际上体现了本书理论与实践相结合且学以致用编写思路。

<<旅游企业战略管理>>

内容概要

本书以工商管理学科背景下的企业战略管理理论为基础，结合旅游企业管理的特殊性，论述了以市场为导向制定旅游企业发展战略的基本过程和理论体系。

具体内容包括：旅游企业战略概述，旅游企业战略分析，旅游企业外部环境分析，旅游企业内部实力评估，旅游企业战略危机管理，旅游企业发展战略，旅游企业竞争与合作战略，旅游企业职能战略，旅游企业战略的评价、实施与控制等共9章。

本书注重理论与实践相结合，重在能力导向与实践性导向，以符合应用型旅游管理专业教育的内涵和教学规律；各章均按照学习目标、导入案例、正文、研讨案例、复习与思考的格式编写，符合学生的认知规律和教师的教学规律，有利于提高教学质量。

本书为旅游管理专业核心课程教材，也可作为旅游饭店、旅行社、旅游企业职业经理人培训教材。

<<旅游企业战略管理>>

书籍目录

- 第一章 旅游企业战略概述
 - 第一节 旅游企业概述
 - 第二节 旅游企业战略概述
- 第2章 旅游企业战略分析
 - 第一节 旅游企业使命的形成与表述
 - 第二节 旅游企业战略目标的体系与制定
- 第3章 旅游企业外部环境分析
 - 第一节 概述
 - 第二节 旅游企业宏观环境分析
 - 第三节 旅游企业微观环境分析
- 第4章 旅游企业内部实力评估
 - 第一节 旅游企业的资源与核心能力
 - 第二节 旅游企业内部分析
- 第5章 旅游企业战略危机管理
 - 第一节 旅游企业危机管理
 - 第二节 旅游企业危机管理战略
- 第6章 旅游企业发展战略
 - 第一节 旅游企业的一体化战略
 - 第二节 旅游企业的多元化战略
 - 第三节 旅游企业的集团化战略
 - 第四节 旅游企业的国际化战略
- 第7章 旅游企业竞争与合作战略
 - 第一节 旅游企业的竞争战略
 - 第二节 旅游企业的合作战略
- 第8章 旅游企业职能战略
 - 第一节 旅游企业市场营销战略
 - 第二节 旅游企业品牌战略
 - 第三节 旅游企业人力资源战略
 - 第四节 旅游企业财务战略
- 第9章 旅游企业战略的评价、实施与控制
 - 第一节 旅游企业战略评价
 - 第二节 旅游企业战略实施
 - 第三节 旅游企业战略控制
- 参考文献

章节摘录

插图：旅游汽车公司为旅游者提供交通服务为主的企业。

间接旅游企业并不是专为旅游接待而建立的企业，它们同时也为国民经济其他部门和人员服务，如商店、舞厅、影剧院、公共交通运输等企业，但它们在旅游经济活动中也发挥着非常重要的作用。

旅游配套企业是为旅游企业提供配套产品和服务的企业，如装修企业、建筑企业、副食品生产商、旅游纪念品及其他旅游相关商品的生产企业，还有为旅游企业提供设备和供应服务的其他企业等。

（2）按旅游活动所使用的主要经营资源划分，旅游企业可以分为劳动密集型旅游企业与资本密集型旅游企业。

劳动密集型旅游企业是指技术设备程度较低、投资少、用人多、产品或服务成本中活劳动消耗比重大的旅游企业。

旅行社、旅游商店和旅游配套企业中的部分旅游产品生产企业，副食品和食品原材料生产企业，一般都属于劳动密集型企业。

它们的技术设备和固定资产投资远远低于资本密集型旅游企业，人均占有的固定资产往往只有几千元。

资本密集型旅游企业是指相对劳动密集型旅游企业而言的，是技术装备程度高、用人相对少的旅游企业。

在我国旅游企业中，饭店、宾馆、公寓、写字楼、涉外餐馆、大型游乐场等，大多属于资本密集型企业。

判断旅游企业是劳动密集型或资本密集型的标准：一是企业投入的技术装备等固定资产和劳动力配合比例的高低，即每个劳动力占用固定资金的多少；二是企业生产经营成本中活劳动消耗所占比重的大小；三是企业资本有机构成的高低。

自第二次世界大战以来，世界旅游业发展保持持续增长的势头。

1950年国际旅游人数仅2 520万人次，旅游收入21亿美元。

而到2000年，国际旅游人数达6.98亿人次，国际旅游收入达4 759亿美元。

未来旅游业的发展有着巨大的空间，这种总量持续增长的态势是非常明朗的，旅游产业正越来越受到社会各方面的重视，被称为可持续发展的“永久朝阳产业”。

<<旅游企业战略管理>>

编辑推荐

《旅游企业战略管理》由上海交通大学出版社出版。

<<旅游企业战略管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>