第一图书网, tushu007.com

<<俱乐部管理>>

图书基本信息

书名：<<俱乐部管理>>

13位ISBN编号：9787310028894

10位ISBN编号：7310028899

出版时间：2008-4

出版时间：南开大学出版社

作者：邹铳钎 编

页数：286

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书分11个章节，对俱乐部管理作了概括性引介，具体内容包括俱乐部发展概述、俱乐部的性质、俱乐部娱乐管理、俱乐部资本运营、俱乐部设备及风险管理、企业俱乐部营销模式等。
该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<俱乐部管理>>

书籍目录

第一章 俱乐部发展概述 第一节 俱乐部历史 第二节 国内俱乐部的发展情况第二章 俱乐部的性质 第一节 俱乐部的概念及内涵 第二节 俱乐部组织形式 第三节 俱乐部类型第三章 俱乐部管理模式 第一节 国外俱乐部管理模式 第二节 国内俱乐部管理模式第四章 俱乐部餐饮管理 第一节 餐饮管理概述 第二节 餐饮经营与管理 第三节 发展趋势第五章 俱乐部娱乐管理 第一节 娱乐管理概述 第二节 顾客管理与质量管理 第三节 娱乐活动管理与控制 第四节 收银管理第六章 俱乐部财务管理 第一节 理财铸造辉煌——AC米兰足球俱乐部成功之路 第二节 俱乐部融资 第三节 俱乐部投资的三角形模型 第四节 俱乐部收入来源第七章 俱乐部资本运营 第一节 切尔西足球俱乐部：一个资本运营神话的诞生 第二节 俱乐部资本运营2×3理论模型第八章 俱乐部设备及风险管理 第一节 设备管理及设备管理者 第二节 风险管理概述及风险管理者第九章 俱乐部市场营销 第一节 俱乐部营销活动分析 第二节 俱乐部营销战略 第三节 俱乐部营销策略第十章 企业俱乐部营销模式 第一节 企业俱乐部的形成及企业俱乐部营销的界定 第二节 企业俱乐部营销理论分析 第三节 企业俱乐部营销运作与管理4C模型 第四节 我国企业俱乐部营销实践——以电信行业企业俱乐部为例第十一章 俱乐部发展趋势 第一节 俱乐部发展研究 第二节 俱乐部管理趋势 第三节 顶级私人会所参考文献后记

章节摘录

第一章　俱乐部发展概述　　第一节　俱乐部历史　　俱乐部是舶来品，中国以前是没有俱乐部的，或者准确地说是没有俱乐部这种提法。
因此，探求俱乐部的历史，应该从西方开始。
一、俱乐部起源　　尽管俱乐部概念形成已久，但世界上最早的现代俱乐部却难以考证，其中的一种观点是：最早的俱乐部的出现要追溯到几百年前的英格兰，当时有着很多相同社会背景和兴趣爱好的人经常在一起。
后来，为了更好地交流和开展活动，这些志趣相投的人慢慢觉得他们应该有一个属于自己的私人聚集场所。
l789年前后，一群志同道合的人决定共同买下一家咖啡店，作为他们的聚集场所。
为购买该场所并维持场所的设施、环境，每个成员要自愿捐出一部分费用，这便是后来的会费和年费，每个为此付出费用的人可以在场所里同朋友集会，可以使用这里的设施，他们扮演的就是后来会员的角色，而这个场所和这里的人组成了早期的俱乐部。
由此，俱乐部开始发展起来。
最初的俱乐部都是非营利性质的，它们都是由会员管理，为保证俱乐部的经营、开支，每个会员都需要支付年费，随着每年支出的涨幅，会费也有了变化。
对于俱乐部的起源，另外一种较为常见的说法是：会员俱乐部文化起源于17世纪的英国，是由当时商业社会发展过程中，同社会层次的人们为创造一种排他性的社交场所发展而来的，是英国上层社会的一种民间社交场所。
可以说，在英国社会，一个人拥有多少知名俱乐部的会员资格是他社会地位高低的体现。
但是，这种形式更像是一种带有俱乐部性质的集会，或者说是一种广义上的俱乐部，关于这一方面的问题，我们将在第二章进行讨论。
二、俱乐部发展　　随着俱乐部理念的流行，很多兴趣相投的团队决定组织他们自己的俱乐部，俱乐部在欧洲大陆、北美流行起来。
我们将俱乐部的发展分为四个阶段，即19世纪中期以前，l9世纪中期到20世纪20年代，20世纪20年代到80年代，20世纪80年代至今。
（一）俱乐部发展第一阶段（19世纪中期以前）：初步发展期　　在19世纪中期以前，俱乐部多是一些小型、自发形成、会员自愿加入、具有一定私密性质、不以营利为目的团体。
缴纳一定的会费成为会员，会员多是有着相同的爱好或相似的社会地位、背景等。
从经济学的角度分析，俱乐部具有排他性和非竞争性。
分析俱乐部在发展初期的情况，我们发现这一时期俱乐部具备六大最根本的特征。
经过两个多世纪的时间，大多数俱乐部依然保留着这六大特征，它们是：　　（1）由具有共同特质的人组成（Similar Characters）　　共同特质指的是，不管从哪个方面，俱乐部的会员总有一点是相同的或相似的，比如说社会地位、富有程度、兴趣爱好、职业等。
会员的共同特质是俱乐部组建的必要条件，而并非充分条件。
俱乐部的成立是“用脚投票”的一种选择。
很多会员加入俱乐部就是要证明自己的一种选择，找到一种被接纳、被认同的归属感。

第一图书网, tushu007.com

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