

<<中国旅游企业经营的国际化>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游企业经营的国际化>>

13位ISBN编号：9787563713844

10位ISBN编号：7563713840

出版时间：2006-8

出版时间：旅游教育出版社

作者：杜江

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>

<<中国旅游企业经营的国际化>>

内容概要

当前国际旅游业正在发生一些重要变化。

据世界旅游组织统计,2002年全球国际旅游到客人次数达到7.15亿,与此同时,中国旅游产业规模已经到达了一个新的高度,2002年旅游入境人数9800万,旅游外汇收入204亿美元,国际旅游接待人次数和旅游外汇收入数均居全球第四位。

2001年,中国公民出境旅游市场规模达到了创纪录的1213万人次,总支出131亿美元。

根据国际旅游产业发展的历史经验,类似的产业规模和产业结构必然导致国内旅游企业的国际化经营,特别是较高级形态的跨国经营。

在上述背景下,中国旅游企业的国际化经营已经成为政府、企业和学术界的现实课题。

一些有实力的大型旅游企业集团已经不同程度地开展了一些跨国经营活动,但是,在旅游企业国际化经营的基本规律、国际化经营的主要模式和基于中国旅游产业运行现状的发展战略等主要问题上,急需理论界给予相应的前瞻性的研究与解答。

综上所述,杜江教授主持的课题组选择了《中国旅游企业经营的国际化——理论、模式与现实选择》具有很强的理论与现实意义。

课题以应用研究为导向,在适当寻求基础理论平台的构建外,主要通过比较、综合、归纳、类比和模型构建等研究方法,并注重对旅游企业的实地调研和案例分析。

在具体的研究过程中,课题组将首先创建性地构建旅游企业国际化经营的研究框架,并据此从不同角度研究旅游企业国际化经营的一般理论、普遍模式以及我国旅游企业国际化经营的现实选择。

该课题将重点研究以下问题:基于旅游经济运行特殊规律的国际化一般理论建构、中国旅游企业国际化的内涵与衡量标准、市场选择、营销战略、国内准备、国际化战略中的经营方式选择、旅游企业国际收益管理、北京首都旅游集团国际化发展战略规划。

该课题预期将在以下几个方面进行突破:结合国际经济学、国际商务管理等既有的一般和旅游业运行规律,构建一个适应旅游业国际化的基础理论;总结国际历史经验,提炼出旅游企业国际化经营的若干实践模式;提出可供我国旅游企业实践操作的若干跨国经营方式;提出适应我国旅游企业国际化需要的市场选择和营销策略;国际化背景的旅游企业收益管理原则与方法。

<<中国旅游企业经营的国际化>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 旅游企业国际化经营问题研究综述 一、国内研究现状 二、国外研究进展 第二节 本项研究的基本思路与现实意义 一、基本思路 二、现实意义 第二章 旅游企业国际化经营的动机与成长模式 第一节 旅游企业国际化经营的内涵和表现形式 一、旅游经济运行的一般规律 二、旅游企业国际化经营内涵与形式的静态分析 三、旅游企业国际化经济内涵与形式的动态分析 第二节 旅游企业国际化成长中的市场驱动与政府干预 一、旅游企业国际化成长中的市场驱动 二、旅游企业国际化成长中的政府干预 第三节 旅游企业国际化成长的模式 一、客源依托型成长模式 二、资源获取型成长模式 三、优势外溢型成长模式 第三章 中国旅游企业国际化的内涵与衡量方法 第一节 中国旅游企业国际化的内涵与形态 一、中国旅游企业国际化的内涵 二、中国旅游企业国际化的形态 第二节 中国旅游企业国际化的衡量方法 一、一般企业国际化的衡量方法 二、中国旅游企业国际化的衡量方法 三、旅游企业国际化衡量方法的价值判断 第四章 中国旅游企业国际化经营的市场选择 第一节 世界旅游贸易与中国旅游企业的国际化经营 一、世界旅游服务贸易的发展与空间布局 二、海外旅游跨国公司在华商业存在与中国旅游企业的国际化经营 第二节 旅游企业跨国经营市场选择的影响因素 一、企业自身竞争优势分析 二、目标市场分析 第三节 中国旅游企业实行跨国经营的竞争条件分析 一、经济背景 二、政策支持 三、产业基础 四、市场机会 五、经验优势 六、产品特色 第四节 中国旅游企业国际化市场区位选择 一、国际化市场区位选择的理论依据和原则 二、中国旅游企业国际化市场场区位选择 第五章 中国旅游企业国际化营销战略 第六章 中国旅游企业的国际收益管理 第七章 中国旅游企业国际化的国内准备 第八章 中国旅游企业国际化经营案例分析 参考文献

<<中国旅游企业经营的国际化>>

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>