

<<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：9787563719976

10位ISBN编号：7563719970

出版时间：2010-12

出版时间：旅游教育出版社

作者：曾国军 编

页数：291

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>>

内容概要

当今中国服务产业高速成长，内部结构也呈现升级趋势。

服务企业发展呈现规模化、混业经营等新的特征。

旅游业作为现代服务业的重要组成部分，成为国民经济的重要组成部分。

次贷危机后的经济萧条给企业经营带来了困难，企业界已经开始审视业务多元化、地域多元化给企业带来的问题，通过规模紧缩、范围紧缩、地理重构调整自身的业务。

对于旅游企业而言，目前所面临的机遇和挑战都更胜从前。

在这种背景下，本书的重要目标在于：理解内、外部环境下旅游企业的战略变迁，为旅游企业制定与内部资源和外部环境相匹配的战略，提供实施和评价方面的指导。

除主流战略管理理论外，本书还希望能够引导学生探索和思考旅游企业的战略决策行为，并通过相关案例为读者提。

供旅游企业战略管理决策的模拟环境。

本书第一章，对旅游企业战略管理涉及的重要概念进行阐述。

第二章，分析旅游企业的外部环境，并介绍旅游企业外部环境的分析方法。

与此相对应，旅游企业的内部资源分析成为本书第三章。

在内部资源分析和外部环境分析的基础上，旅游企业需要考察战略方向，制定和调整战略，这是本书第四章。

旅游企业确定战略方向后，需要进一步确定和分析其成长战略、扩张方式和国际化经营。

因此，本书、第五章，讨论旅游企业的业务成长战略。

第六章，讨论旅游企业的业务扩张方式。

第七'章，讨论旅游企业的地域多元化经营问题。

从前七章的内容可以初窥旅游企业战略制定的门径，但这些内容并未涉及战略实施和评价的问题，因此，本书单独辟出一章，专门讨论旅游企业战略的实施和评价问题作为第八章。

<<旅游企业战略管理>>

书籍目录

第一章 旅游企业战略管理概述 第一节 旅游企业概述 一、旅游企业及其类型 二、旅游服务产品的特点 三、旅游产品的服务属性及其特点 四、旅游企业的行业属性与特点 第二节 战略管理的内涵、目标、过程与利益相关者 一、战略管理的产生与发展 二、战略管理的内涵及边界 三、战略管理的目标 四、战略管理的要素 五、战略管理的层次 六、战略管理的过程 七、战略管理的利益相关者 第三节 旅游企业战略管理的含义、内容及过程 一、旅游企业战略管理的含义 二、旅游企业战略管理的内容 三、旅游企业战略管理的过程 【阅读与理解】亚运蛋糕难解广州酒店业饥渴 思考与练习第二章 旅游企业的外部环境 第一节 旅游企业的外部宏观环境分析 一、旅游企业的政治与政策环境 二、旅游企业的经济环境 三、旅游企业的社会环境因素 四、旅游企业的技术环境因素 五、从PEST(或STEP)到STEEP 第二节 旅游企业的外部运营环境 一、市场竞争与产业组织结构——“五力模型” 二、产业生命周期 三、战略群体分析 第三节 旅游企业外部环境分析的过程 一、搜索信息 二、监测与预测 三、评估 第四节 运营环境管理 一、经济策略 二、公共关系策略 三、同外部利益相关者联合 【阅读与理解】经济型连锁酒店的机遇、挑战和对策 思考与练习第三章 旅游企业的内部资源与竞争优势 第一节 企业资源与核心能力 一、企业资源 二、核心能力 三、竞争优势 第二节 旅游企业的资源与核心能力 一、旅游企业价值链 二、旅游企业资源及其特点 三、旅游企业的核心能力 第三节 旅游企业环境分析的方法 一、波士顿(BCG)矩阵 二、内部因素分析矩阵(IFE) 三、SWOT分析第四章 旅游企业的战略方向第五章 旅游企业的成长战略第六章 旅游企业的扩张方式第七章 旅游企业国际化扩展第八章 旅游企业战略实施与评价参考文献

章节摘录

版权页：插图：现代服务业伴随信息技术的应用和信息产业的发展而出现，是信息技术与服务产业结合的产物。

现代服务业具有新生产方式、新组织形式和新技术手段的“三新”特征。

比如，传统商业通过应用POS机和连锁配送等新的技术手段进行改造之后，出现了连锁超市这样新的经营方式。

同时，现代服务业也具备高附加值、高素质人才和高技术含量的“三高特征”。

传统服务业的服务半径是很有限的，而现代服务业附加值很高，国际化市场服务能力很强。

例如，普华永道，不仅能服务局部地区，而且能覆盖到全世界。

高素质人才，是指从业人员需要掌握更高端的知识和具备更强的能力。

现代服务业以信息等高技术为依托。

银行由于采用了一些信息技术，即从传统的生产方式变成了现代服务业。

由于呈现这两个方面的特征，现代服务业已经成为支持第一、二产业，尤其是工业制造业调整产业结构、转变增长方式的“软性投入”。

现代服务业具体包括两类：一类，是直接因信息技术的发展而产生的新兴服务业形态，如计算机和软件服务、移动通信服务、信息咨询服务等；另一类，是通过应用信息技术，从传统服务业改造和衍生而来的服务业形态，如金融、房地产、电子商务等。

从广义来看，现代服务业是一种现代化、信息化意义上的服务业，是指在产业结构中基于新兴服务业成长壮大和传统服务业改造升级而形成的新型服务业体系。

尽管我国服务产业已呈现“传统行业为主体，门类齐全、各业并举”的势头，但仍以批发和零售业、餐饮业、交通运输和仓储业、邮电通信业等传统行业构成服务产业的主体，2003年所占比重高达40.6%。

从传统服务产业的近年发展速度看，其发展势头良好。

然而，新兴的现代服务业虽然发展较迅速（2003年金融保险业占服务产业增加值比重达16.5%），但其余行业所占比重仍然很小。

这足以说明，服务产业中的传统行业所占比重较大.现代服务业发展仍相对滞后。

<<旅游企业战略管理>>

编辑推荐

《旅游企业战略管理》：中国旅游协会旅游教育分会推荐教材

<<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>