

《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：9787563711758

10位ISBN编号：7563711759

出版时间：2010-11

出版社：旅游教育

作者：陈继祥

页数：251

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《旅游企业战略管理》

内容概要

《旅游企业战略管理(第2版)》旨在将战略管理的基本理论与方法同旅游企业的实践有机地结合起来，系统地阐述旅游企业战略管理的基本原理与构架，从而能够使学生掌握旅游企业战略管理的基本知识、基本原理，熟悉基本的旅游企业战略分析、制定、实施等方法和工具，具备良好的旅游企业战略管理实际应用能力，为日后成为合格的战略层的管理者奠定理论基础。

书籍目录

第一篇 旅游企业战略概述 第一章 旅游企业战略概述 开篇案例迅速发展中的雅高集团 第一节 旅游企业概述 一、旅游企业的类型与发展趋势 二、旅游企业产品和服务的特性 三、旅游企业的行业特性 第二节 旅游企业战略概述 一、旅游企业战略的概念 二、旅游企业战略的类型 三、旅游企业的战略管理 第二篇 旅游企业战略分析 第二章 旅游企业的使命与目标 开篇案例假日的战略定位 第一节 旅游企业使命的形成与表述 一、旅游企业愿景的制定和陈述 二、旅游企业使命的制定与陈述 三、旅游企业使命的作用 第二节 旅游企业战略目标体系与制定 一、旅游企业战略目标概述 二、旅游企业战略目标的确定 三、旅游企业战略目标体系的构成 第三章 旅游企业外部环境分析 开篇案例欧洲旅行社业的STEEP分析 第一节 旅游企业外部环境分析概述 一、旅游企业外部环境分析的必要性和重要性 二、旅游企业外部环境的构成 三、SWOT分析方法 四、旅游企业外部环境分析的过程 第二节 旅游企业宏观环境分析 一、社会环境 二、文化环境的变化 三、经济环境 四、自然/物质环境 五、技术环境 六、国际环境 七、交通和基础设施环境 八、管理与制度环境 九、政治环境 第三节 旅游企业微观环境分析 一、产业生命周期 二、产业结构分析 三、战略群体分析 第四章 旅游企业内部实力评估 开篇案例地中海俱乐部 第一节 旅游企业的资源与核心能力 一、旅游企业的资源、能力、核心竞争力与竞争优势 二、旅游企业价值链 第二节 旅游企业内部分析的内容与方法 一、旅游企业内部分析的内容与方法 二、旅游企业内部因素分析(IFE)矩阵 三、资源分析与竞争优势(资源基础学派的观点) 第五章 旅游企业战略管理 三维关联分析 开篇案例巴黎迪斯尼乐园 第一节 旅游企业战略管理三维关联分析概述 一、旅游企业三维关联分析 二、三维关联的战略定位功能 第二节 旅游企业战略危机预警与管理 一、旅游危机与旅游企业战略危机 二、三维关联的旅游企业战略危机预警 三、三维关联的旅游企业战略危机管理 第三篇 旅游企业战略选择 第六章 旅游企业发展战略 开篇案例宋城集团的发展战略 第一节 旅游企业一体化战略 一、纵向一体化战略 二、横向一体化战略 第二节 旅游企业多元化战略 一、多元化战略概述 二、集中多元化战略 三、横向多元化战略 四、混合式多元化战略 第三节 旅游企业国际化战略 一、国际化与全球化 二、旅游企业的国际化动因分析 三、旅游企业国际化经营的战略路径 四、旅游企业国际化经营的优劣势分析 第四节 旅游企业虚拟经营战略 一、虚拟企业与虚拟经营 二、虚拟经营竞争优势 三、虚拟经营的动因 四、虚拟经营运作形式 五、虚拟经营的要旨 第七章 旅游企业竞争与合作战略 开篇案例Airtours公司的收购成长之路 第一节 旅游企业的竞争战略 一、旅游企业的低成本战略 二、旅游企业的差异化战略 三、旅游企业的集聚战略 第二节 旅游企业的合作战略 一、旅游企业的并购战略 二、旅游企业间的战略联盟 第八章 旅游企业职能战略 开篇案例美国嘉年华航运公司的市场细分 第一节 旅游企业职能战略概述 一、旅游企业职能战略的概念 二、旅游企业职能战略的特点 三、基于价值链的职能战略 第二节 旅游企业营销战略 一、旅游企业营销战略概述 二、旅游营销战略决策工具 三、旅游企业营销战略的新发展 第三节 旅游企业品牌战略 一、品牌的概念与作用 二、影响旅游企业品牌战略的因素 三、旅游企业品牌战略的制定与实施 第四节 旅游企业人力资源战略 一、影响人力资源开发管理战略制定的因素 二、旅游企业人力资源战略的实施 三、激励制度设计 四、员工教育培训及开发 五、员工关系整合调控 第五节 旅游企业财务战略 一、财务战略的定义 二、企业财务战略的类型与影响因素 三、旅游企业财务战略实施与控制 第四篇 旅游企业战略实施与控制 第九章 旅游企业战略实施 开篇案例美国西南航空的发展战略及企业文化建设 第一节 旅游企业战略实施的内涵与主要因素 一、旅游企业战略制定与战略实施 二、旅游企业战略实施的基本原则 三、旅游企业战略实施的模式 四、旅游企业战略实施的主要因素 第二节 组织结构与旅游企业战略实施 一、旅游企业组织结构 二、旅游企业组织结构和战略实施的关系 三、旅游企业实施战略的组织结构匹配 四、结论 第三节 旅游企业文化与旅游企业战略实施 一、旅游企业文化 二、旅游企业文化的内涵 三、旅游企业文化与旅游企业战略实施 第十章 旅游企业战略评价与控制 开篇案例托马斯·库克旅行社——品牌与战略的结合 第一节 旅游企业战略评价的内容与方法 一、战略评价的基本活动 二、战略评价的准则 三、战略评价的内容与方法 四、平衡计分法——卓有成效的战略评价工具 第二节 旅游企业战略控制的内容与模式 一、战略控制的内容 二、战略控制的模式 教学参考建议 后记 参考文献

第二节 旅游企业战略目标体系与制定 旅游企业要想制定正确的企业战略，仅仅有明确的企业使命是不够的，还必须把这些较为抽象和概括的理念或哲学进行具体化和现实化，转变成为各种可以操作的目标。

一、旅游企业战略目标概述 (一) 旅游企业战略目标的概念与作用 战略目标是旅游企业在一定的时期内，为实现其使命要达到的阶段性任务。从时间长度来说，战略目标可分为长期战略目标和短期战略目标两大类。长期战略目标的实现期限通常超出一个现行的会计年度，即在5年以上；短期战略目标是执行目标，是为实现短期战略而设计的，时限一般在一个会计年度内。根据所涉及的范围不同，旅游企业战略目标又分为整个企业的和战略经营单位的战略目标。以企业使命为依据的企业长期的整体经营目标是指导企业制定经营战略以及各战略经营单位制定近期战略目标的基础。而各经营单位的近期战略目标又是企业各职能部门制定职能战略、编制预算和开展日常经营活动的基础。

第一节介绍的企业使命是对企业总体任务的综合表述，它一般没有具体的数量特征和时间限定。而战略目标则是企业在一段时间内对所需实现的各项活动进行数量评价。正确的战略目标对旅游企业具有重大指导作用，一方面，战略目标使旅游企业使命具体化和数量化。企业使命是抽象的概念，必须落实为具体的、可量化的目标，才能实现对战略的指导作用。战略目标将企业各单位、部门及其经营活动有机地联结为一个整体，发挥企业的整体功能，减少企业内部的冲突，提高经营管理的效率。另一方面，战略目标实现旅游企业外部环境、内部条件和企业目标三者之间的动态平衡，从而获得长期、稳定和协调的发展。此外，战略目标是旅游企业战略控制的评价标准。战略目标必须是具体的和可衡量的，以便对目标的实现情况进行比较客观的评价和考核。

《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:www.tushu111.com