

<<高尔夫学堂系列丛书-(全3册)>>

图书基本信息

书名：<<高尔夫学堂系列丛书-(全3册)>>

13位ISBN编号：9787500929055

10位ISBN编号：7500929056

出版时间：2005-11

出版时间：人民体育

作者：郁小平

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>

<<高尔夫学堂系列丛书-(全3册)>>

作者简介

郁小平，男，1961年11月生。

管理学博士、同济大学客座教授。

现任：深圳高尔夫俱乐部有限公司执行董事(中方总经理)。

兼任：同济大学高尔夫商学院副院长；深圳市现代经济研究会副会长；暨南大学深圳旅游学院专业指导委员会专家委员；深圳市旅游协会、高尔夫球协会常务理事。

曾参与编写《企业领导者》、《MBA案例研究》。

近三年，在全国中文类核心期刊发表学术研究论文17篇，高尔夫专业刊物发表文章26篇。

文学学士，工商管理硕士(MBA)。

1982年公派赴美国哥伦比亚大学商学院短期进修《企业目标管理》、《市场策划与营销)等课程。

曾任： 1.广州空军司令部机关参谋、干事；党委书记、团委书记。

2.深圳多家国有大、中型企业执行董事、总经理、董事长。

三等功臣。

优秀经营、管理工作。

全国扶残、助残先进集体代表。

书籍目录

《高尔夫球经济理论研究》第一章 高尔夫球运动第一节 高尔夫球运动的起源与发展第二节 高尔夫球运动的特征第三节 高尔夫球运动的作用第二章 高尔夫球经济第一节 体育经济的产生与发展第二节 高尔夫球经济的范畴第三节 高尔夫球经济的特征第四节 高尔夫球经济的作用第三章 高尔夫球经济研究的理论基础及意义第一节 经济学理论研究及其借鉴作用第二节 体育经济学研究及其借鉴作用第三节 其它相关理论在研究中的运用第四章 高尔夫球经济理论研究的意义、方法、内容和重点第一节 高尔夫球经济理论研究的意义与作用第二节 高尔夫球经济理论研究的方法第三节 高尔夫球经济理论研究的对象及内容第四节 高尔夫球经济理论研究的重点第五章 高尔夫球运动的三重属性及其相互作用关系第一节 高尔夫球运动的体育运动属性第二节 高尔夫球运动的社会经济属性第三节 高尔夫球运动的社会文化属性第四节 高尔夫球运动三重属性间的相互作用关系第六章 高尔夫球经济理论的定义·作用第一节 高尔夫球经济理论的定义第二节 高尔夫球经济理论的作用第七章 高尔夫球经济理论的运用第一节 理论分析模式的产生与作用第二节 高尔夫球经济理论的“SEC”分析模式第三节 “SEC”分析模式的论证第四节 高尔夫球经济理论的运用分析参考文献中文参考文献外文参考文献

《中国高尔夫球运动发展战略研究》第一章 导论第一节 问题的提出第二节 研究意义及研究现状第三节 研究框架及主要内容第四节 研究方法、特点及创新第二章 中外高尔夫球运动的现状分析第一节 基本概念的界定第二节 高尔夫球运动的特征第三节 国外高尔夫球运动的现状分析第四节 中国高尔夫球运动的现状分析本章小结第三章 本文所用主要理论第一节 战略管理理论第二节 产业组织理论第三节 产业政策理论第四节 高尔夫球经济理论本章小结第四章 我国高尔夫球运动发展战略的环境分析第一节 宏观环境分析第二节 区域环境分析第三节 行业环境分析第四节 微观环境分析本章小结第五章 中国高尔夫球运动发展战略思想、目标及重点第一节 中国高尔夫球运动发展战略思想第二节 中国高尔夫球运动发展战略目标第三节 中国高尔夫球运动发展战略重点本章小结第六章 中国高尔夫球运动发展战略方案的制定与选择第一节 战略方案制定的相关依据第二节 实现部分区域高尔夫球运动初步大众化方案第三节 自然资源有效利用和解决方案第四节 高尔夫球俱乐部发展布局与结构和规模与进度方案第五节 高尔夫球产业资源优化方案第六节 高尔夫球运动和 golf 产业对社会、经济、文明促进作用方案本章小结第七章 战略方案的实施与控制及应注意的若干问题第一节 战略方案的实施与控制第二节 高尔夫球运动发展战略应注意的若干问题本章小结参考文献中文参考文献外文参考文献

《高尔夫球俱乐部投资管理运营》第一章 市场条件因素分析第一节 消费条件分析第二节 消费结构分析第三节 消费需求分析第四节 市场环境分析第二章 自然条件因素分析第一节 土地资源条件分析第二节 水资源条件分析第三节 自然气候条件分析第三章 政策条件因素分析第一节 宏观政策环境分析第二节 投资地政策环境分析第三节 投资地文化环境分析第四章 行业环境分析第一节 行业内竞争分析第二节 潜在进入者分析第三节 供应商及关联产业分析第五章 投资与收益分析第一节 投(融)资方式及选择第二节 项目开发及选择第三节 投资收益分析第六章 投资风险及控制第一节 政策风险及控制第二节 资金风险及控制第七章 组织管理机构第一节 俱乐部决策机构第二节 俱乐部执行机构第八章 人力资源与绩效管理第一节 人力资源管理目标与内容第二节 员工招聘第三节 员工培训第四节 薪酬体系建立第五节 绩效管理第九章 财务会计与成本管理第一节 财务会计管理第二节 成本费用管理第三节 采购管理和财务支出计划与审批第十章 企业文化及制度建设第一节 俱乐部企业文化建设第二节 俱乐部管理制度建设附录：俱乐部部分管理制度范例第十一章 会籍运营战略第一节 会籍的分类和分期第二节 会籍分类分期选择第三节 会籍的定价第四节 会籍的营销第十二章 市场营销战略第一节 主营业务营销第二节 酒店业务营销第三节 练习场业务营销第四节 广告及传媒营销附录：市场营销中常用图表第十三章 会所服务及流程管理第一节 会所服务理念第二节 会所服务具体内容及要求第三节 流程管理第十四章 赛事运营与管理第一节 赛事策划第二节 赛事运营第三节 赛事管理第四节 赛事媒体第十五章 特色经营第一节 资源共享与合作运营第二节 高尔夫球旅游开发第三节 高尔夫球房地产开发第四节 灯光球场运营与管理第五节 经营创意附录：高尔夫球俱乐部运营规章制度范例参考文献中文参考文献外文参考文献

<<高尔夫学堂系列丛书-(全3册)>>

编辑推荐

这是一套研究高尔夫球产业经济发展规律，指导中国高尔夫球运动未来发展战略规划，分析高尔夫球俱乐部投资、管理、运营，总结俱乐部运作和中外语言交流等方面的学术性、实用性丛书。

这是一套高尔夫球从业人员学习、培训的专门教材。

这是一套高尔夫球俱乐部投资人、经营管理者实际应用的工具书。

这是一套高尔夫球爱好者们了解、掌握高尔夫球运动的知识读本。

这是一套对多数从事高尔夫产业的企业被分门别类、一一介绍记载的史册。

她是国家体育运动的软科研项目。

她将被译成英文向世界推荐。

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>