# 旅游管理学院07级2班

来源：网络 作者：青苔石径 更新时间：2024-10-14

*第一篇：旅游管理学院07级2班旅游管理学院07级2班团支部工作总结为了响应我院团委的号召，我们07级2班团支部自开学以来，一直不断的努力，以求进一步加强我班团支部的基层组织建设，着力提高自身团组织工作的规范化和制度化。在全班团员一年的共同...*

**第一篇：旅游管理学院07级2班**

旅游管理学院07级2班

团支部工作总结

为了响应我院团委的号召，我们07级2班团支部自开学以来，一直不断的努力，以求进一步加强我班团支部的基层组织建设，着力提高自身团组织工作的规范化和制度化。在全班团员一年的共同努力下，我班团支部的工作取得了较好的成绩，充分活跃自身团组织，不断增强我班团支部的凝聚力和战斗力，努力完成我院团组织分配的有关团工作，很好发挥基层团组织的积极作用。根据校团委制定的《郑州大学基层团支部工作达标考核方法》，我班团支部进行自我总结。

团支部的自身建设

加强团支部建设，不断壮大组织。在实践中，我们认识到加强团的自身建设始终是共青团保持蓬勃生机的根本保证。在抓好团队伍的基础上，坚持先进性和群众性的统一，选好骨干青年参加团知识培训班，使一批先进青年加入到团组织中使团组织的号召力、影响力、凝聚力进一步提高。

（一）支部委员会班子健全、分工明确。

9月军训期间，我班团支部就建立了基本的团委班子，明确了各自的分工，从而确保了9月团组织工作的落实。在团员有了进一步认识了解的基础上，我班团支部在10月初进行了改选，从而建立了更健全跟全面的团委班子，严格进行了明确的分工，并印制了有关的分工内容促使内部成员进一步学习，确保每一项工作都能在相应的职能范围内得到落实。

\*

2024年9月至10月临时支委会：

团支书：丁莹

组织委员：王明明

\*

2024年10月至2024年9月固定支委会：

团支书：丁莹

组织委员：王明明

宣传委员：李瑞芝

\*

2024年10月以来的支委会：

团支书：丁莹

组织委员：李瑞芝

宣传委员：王明明

团支部书记职责：

（1）负责召集支委会和支部团员大会，结合团支部的具体情况，认真传达党组织和上级团组织的决议和指示，研究安排团支部的工作，将支部工作中的重大问题提交支部委员会和支部团员大会讨论通过。

（2）了解掌握团员的思想、工作和学习情况，发现问题及时解决，做经常性的思想政治工作。

（3）检查支部的工作、决议的执行情况，按时向支部委员会、支部团员大会、党组织和团组织报告工作。

（4）抓好支委会的自身建设，认真学习，做好团日活动，充分发挥集体领导的作用，督促和帮助各个委员做好分管工作。

（5）配合党组织做好推荐优秀团员入党的工作 组织委员职责：

（1）了解青年积极分子的情况，负责对青年积极分子进行培训、教育和考察，提出发展新团员的意见，具体办理接受新团员的手续。

（2）了解团员的思想、工作情况，对团员进行思想教育和纪律教育，搜集和整理团员的模范事迹，建议支委会对团员进行表扬和奖励，对违反团的纪律的行为进行批评教育，并提出处理意见。

（3）了解和掌握团支部的组织情况，根据需要，提出团小组的划分和调整意见，检查和督促团员过好组织生活。

（4）搞好团员统计、接转组织关系，按时收缴团费，办理团员超龄离团手续。宣传委员职责：

（1）提出宣传工作的意见，并拟定思想教育、时事政治、团的知识。

（2）组织团员和青年学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和江泽民总书记“三个代表”重要思想。

（3）根据党组织的指示和团组织的决议，在各项工作中，开展好宣传鼓动工作。

（4）了解和掌握团内外青年的思想动态以及意见和要求，及时向党组织反映，协助党组织做好耐心细致的说明解释工作。负责建立好人好事登记簿及通讯报道工作。

（5）针对团员、青年的思想情况，组织各种形式的教育活动。

（二）团支部健全的组织制度、按时召开会议并做好会议记录

为了方便团员交流，本着实际的态度，我班团支部将全部团支部成员按宿舍划分为团小组。在宿舍长的组织下，每一月召开宿舍小支部大会，会议主题由班团支部确定。在班支部的组织下，每一季度召集宿舍长进行团支部成员大会，在团支部成员大会上，各宿舍长要对各自小支部每一季度工作进行总结，并与其他宿舍小支部进行交流，各宿舍长在团支部成员大会之后向宿舍小支部成员传达团支部成员大会的内容。（材料三）

（三）支部委员认真工作，树立良好形象

本班团支部委员在每次的院团会议认真听取老师的会议内容，以使院团委的工作能及时向基层团员清晰地传达，并且认真主动的协助老师做好成员的思想政治教育和组织观念教育工作，从而确保集成团员的自身建设和发展。另外，本班团支部委员严格按照党员的标准要求自己，使自己在团员工作中做到尽善尽美，从而在广大团员中树立良好形象和较高威信。

（四）民主、公平的组织制度确保工作的顺利完成

为了落实组织工作的公平和平等，本班团支部采用民主选举和民主评议的制度，在9月份和10月份的选举总都采用此种制度，得到了广大团员的支持，组织工作顺利的完成。另外，我们支委会采取民主、全面的评判方法及时表彰优秀团员、惩处违纪团员，确保工作的准确无误。

（五）做好校团委、院团委的工作

在党的十七大的召开期间及召开之后，为了更好的之行党组织和上级团组织的指示和决议，我班团支部召开全体支部大会对十七大的会议精神进行学习，并认真贯彻落实十七大的会议精神，积极带领支部成员参加了校团委组织的一系列歌颂党的活动。

每一学期，本团支部的组织委员都会认真的做好团员统计工作，每一月又会向每一位团员收取0.1团费，在上交院团委。

（六）切实做好“推优”工作

本班团支部严格按照有关“推优”程序，召开选举会议，选定会议地点和时间，记录参加选举的情况，最后将选举结果交到院团委。同时，我们支委会积极向党组织推荐优秀青年并协助党组织做好青年入党积极分子的培养工作和推荐优秀团员作为党的发展对象工作。

团支部的理论学习

一年来，我班的团工作在院团组织的正确领导下，以党建带动团建工作，站在思想政治的高度上，我们开展形式多样、主题鲜明的理论学习活动。

（1）在上学期的第一次理论学习中，我么进行团课学习，并充分认识到青年团员是党的坚实的后备力量，坚定了在党的领导下走中国特色社会主义的道路的信念，做一名优秀的青年团员，立志成为一名好党员。第二次的理论学习中，我们大家共同对当的十七大会议精神进行了学习，也进一步学习了中国特色社会主义理论，让我们团员对党对国家更有信心。

在下学期的理论学习中，第一次的理论课题是学习党章。学习党性质、指导思想、纲领、宗旨、纪律、组织制度和机构，了解了入党的规定和程序。从而端正了大家入党的动机，争取早日成为一名合格的共产党员。第二次的理论课题是了解“挑战杯”，当代大学生是祖国未来的希望，是否具有创新概念和创业精神，直接关系到大学生自身的成长。因此，了解“挑战杯”，激发大学生的创新和创业热情是此次理论学习的最大的目的。

（2）每次的理论学习我们都有学习总结（材料一）。

各次团日活动

本着工作实际及各团员的性格特征，通过开展形式多样，内容丰富的各种活动，贯彻落实院团委的相关精神，引导大家树立正确的世界观，人生观，价值观，提高班级的团体协作能力和广大共青团的思想觉悟，深化思想政治素养，争创文明班级和优秀团支部。

（一）个人发展至关重要

A.计划书

1.活动主题：个人发展至关重要 2.活动时间：2024年3月中旬 3.活动地点：学生宿舍 4.活动策划：班级团支部 5.负责人：各宿舍长 6.活动概要：

a.本班全体团员出席此次活动

b.以宿舍为单位进行交流，宿舍长总结并汇报到班级团支部，有团支部总结

7.预期效果：通过本次活动是大家意识到在大学如何发展个人，充分丰富大学生活

B 计划

活动总结：此次活动规模小，可能效果不明显，但是我们依旧认为很有必要开展这样的活动。

（二）特色团日主题活动——太行安阳之行-绿色旅游行

A.计划书

1.活动主题：太行安阳之行—绿色旅游行 2.活动时间：2024年4月13日 3 活动地点：安阳

4.活动策划：院系办公室、丁莹、王明明、岑琳、刘春峰 5.负责人：丁莹、王明明、岑琳、刘春峰 6.活动概要：

a.院系部分老师及07级的全体学生

b.太行山一带自然景观景点的认知与学习，另外又到文化之都安阳殷墟了解中原文化的源远流长与博大精深。在此次实践过程中，时刻发挥绿色旅游精神，用塑料袋装沿途所见垃圾，并向其他同学发出号召。

7.预期效果：通过本次活动加强同学们的绿色旅游精神，宣传可持续旅游发展的观念。

B． 活动总结：

准确的说这应该是旅游学院学生学习的一次十分有意义的活动，当然这得益于我们任课老师的教育以及为我们提供此次机会的院办所有的领导。然而成功的最主要原因，当然是与同学们自我学习和自我认知分不开的。

（三）“收废品，卖废品，为灾区人民献爱心”

A．计划书

1.活动主题：收废品，卖废品，为灾区人民献爱心 2.活动时间：2024年5月20日 3.活动地点：一期荷园、二期柳园

4． 活动策划：杨贺丰、丁莹、王明明、李瑞芝 5． 负责人：杨贺丰、丁莹 6.活动概要：

A．全班分为三个小组活动

B．第一个小组负责在一期荷园的扇形广场整理收来的废品及卖废品；第二个小组负责运送从二期柳园收来的废品到一期荷园；第三个小组负责在二期柳园各楼收集废品。

7.预期效果：通过本次活动，让同学们通过劳动向灾区人民表达爱心，让青年一代的大学生与灾区人民众志成城，共同度过艰难时刻。8.后期工作：丁莹、王明明、李瑞芝

B

.活动总结：

开展此次活动的主要目的是为了进一步激发同学们的爱国情怀，意识到全中国人民是一家，一方有难，八方支援。虽然，我们得来的钱不多，但是，这些钱却真真切切的表达了我们青年一代精神，我们靠自己的劳动给灾区人民送上了温暖。从这一点上，我们取得了不错的效果。

（四）“我爱党，我入党”

A.计划书 1.活动主题：“我爱党，我入党” 2.活动时间：2024年6月 3.活动地点：南5教学区 4.活动策划：杨贺丰、丁莹 5.负责人：杨贺丰、丁莹 6.活动概要：

a.全班分成三个小组

b.三个小组分别进行讨论，并选出代表进行发言。

c.最后由团支书进行总结。

7.预期效果：通过本次活动，让同学们对党有进一步的了解，加强了对党的认识，更加热爱党。B

活动总结;

开展这次活动的主要目的是让同学们对当有进一步的认识，更加热爱党，积极加入到党的组织中去，为党的事业奋斗终身。

本学期本班独立完成了四次团日活动，分别为：“个人发展至关重要”、“太行安阳之行-绿色旅游行”、“收废品，卖废品，为灾区人民献爱心”、“我爱党，我入党”。并组织班上入党积极分子集中学习一次，达到了院团委关于各支部开展团日活动文件的要求。（材料二）

正如前面各活动总结所写到的一样，本学期开展的各种活动，既给支部工作带来了巨大的挑战，又让支部在活动的开展中，在与老师、同学的交流中逐渐走向成熟，经过支部大会讨论，现总结几点经验和不足如下： 经验：

1.开展活动需要有良好的激励制度，这样才能广泛的调动同学们的积极性 2.活动需要有较为广泛的参与性和内涵，每个人都不愿意在无聊的事情上浪费时间，广泛的参与性保障参加的人数，内涵保证活动的质量

3.活动的策划需要同学的广泛参与，只有自己的东西才是最可以被接受的 4.活动必须注意细节的设置，体现人文关怀 不足：

1.思维比较模式化，创新精神不够

2.与广大同学的互动性不强，尚未形成真正的互补

3.换位思考不够，不能很好的从同学们自身利益的角度看问题

在今后的工作中，只有不断发挥长处，规避短处，是有可能令团的工作更进一步的，对此，我们支部充满信心，也希望院方、学生会给予我们必要的支持，谢谢！

社会实践

自从走进了大学，就业问题就似乎总是围绕在我们的身边，城了说不完的话题。在现今社会，招聘会上的大字报都总写着“有经验者优先”，可还在校园里面的我们这班孩子社会经验又会拥有多少呢？为了拓展自身的知识面，扩大与社会的接触面，增加个人在社会竞争中的经验，锻炼和提高自己的能力，我们就要把在学校所学的理论知识，运用到客观实际中去，使自己所学的理论知识有用武之地。因此，我班团支部成员积极参加各种社会实践活动，包括：安阳太行山之行、暑期社会实践活动等。

在每次的社会实践活动之后，大家都会有不同的感受。比如，在安阳太行之行后，大家深刻的认识到如何将所学的理论知识上升到更高的层次，从而更好的指导接下来的专业学习。暑期社会实践活动之后，大家对社会有一定的了解，明白如何进行个人发展，从而成为复合社会型人才.（社会实践材料已交院系团委存档）

学风建设和科技创新

（1）学风建设。我班团支部整学年学习氛围浓厚，成员学习态度端正，取得较好成绩，其中黄鑫鑫取得第二名，曾莉取得第五名。我班团支部团课毕业率达到百分之百。另外，我班团支部在体育方面也取得了突出成绩，如徐锐、沈东华、吕鑫等。

（2）在科技创新方面，大家积极学习“挑战杯”有关知识，并为参加此类活动做准备，其中，我们班的杨贺丰和他的团队上交了“有间小屋”（有关餐饮业），虽然没有被评上，但是大家的精神是值得鼓励与嘉奖的。

学生维权工作

一年中，大家的维权观念在院、学校的青年学生维权工作的知道下，增强了很多。我班团支部积极配合院维权工作的开展，及时的解决火向上级组织反映支部成员的合理维权要求，维护成员的合法权益。例如，我班团支部干部陪同院维权部门走访广大学生，学习维权有关方面知识，从而为我班团支部做好学生维权工作打下基础。

其他方面

（1）我们团支部杨贺丰、杨日超等所在的宿舍荷园10#607获得“星级宿舍”

（2）团支部能每次都组织成员参加院团委召开的会议，并且积极参加活动。

（3）本团支部的获奖情况见 附件

回顾一年来的工作，我们感到团支部工作得到了很大的进步，但社会在不断的进步，一个全面推进社会主义现代化发展新阶段在我们的面前展现。展望未来，作为有志的团员青年，应该深深认识到共青团事业发展所面临的新形式、新任务、新挑战，我班全体团员会加倍努力，积极做好准备，打好新工作发展的基础，为进一步提高团工作做出新的贡献。

我们真诚地希望院团委对我班团支部进行严格地考核，并给哦我们知道和指正，以便我们更好的做好以后的团支部工作。

**第二篇：旅游管理学重点**

;通过计划组织控制激励领导等环节来调节协调人力物力财力资源以更好达到组织目标的活动过程2职能;a计划(广义;管理者制定计划执行计划检查计划执行情况的过程;狭义;管理者实现对未来应采取的行动所做的谋划和安排)2组织;为实现某一共同目标经营分工与协作及不同层次的权力和责任制度而构成的人群集合的系统3下属努力实现组织目标的行为4控制;检查工作是否按既定的计划标准和方法进行,发现偏差分析原因进行纠正以确保组织目标的实现

AB古典管理理论;a的中心—提高劳动生产率.。主要思想;劳动方法的标准化工时研究与工作定额科学挑战与培训工人,实现差别计件工资制.管理职能与作业职能分离.实行“例外原则”强调科学管理核 心是“一场彻底的心里革命”b.法约尔：管理过程理论之父重点研究整个企业的组织与管理。主要思想;企业经营活动有6项不同活动。称为6大经营职能.即；技术活动 商业活动 财务活动 安全活动 会计活动 管理活动。最早提出管里的5要素即5职能;计划 组织 指挥 协调 控制。重视管理者的素质与训练 c。韦伯;权力与权威是一切社会组织形成的基础 提出理想的行政组织体系 d 梅奥 人际关系理论。主要思想 ①企业中的人首先是\'“社会人”即 认识社会动物 而不是早期科学管理理论所描述的“经纪人”②生产效率主要取决于职工的工作态度和人们的相互关系 工人的事迹是调动人积极性的关键③重视“非正式组织”的存在与作用。结果表明;生产率提高的原因 不在于工作条件的变化 而在于人的因素 生产不仅受物理 生理因素的影响 而受于社会环境 社会心理因素的影响

组织在社会实践过程中所创的物质财富和精神财富的总和 狭义：在一定的社会执政 经济 文化背景条件下 组织在社会实践过程中所创造并逐步形成的共同思想 作风 价值观念和行为准则 主要体现为组织 在活动中所创造的精神财富)

正面灌输法 规范法 激励法 示范法 实践法 暗示法 感染法

按计划规定者的层次划分为： 战略生产生产经营计划 作业计划优点：决策速度快 责任明确。缺点：容易出现因循守旧 先入为主等问题

优点：可以掌握更多的纤细 更多的可选方案 参与决策使参与者更好的了解制定的决策方案 使满意度提高 利与决策的实施缺点：决策所用的总时间一般比个人决策时间长.过多的依赖群体决策 会限制管理者采取迅速.必要行动的能力。容忍出现责任不清的问题 6招聘渠道及优点；外部招聘 新鲜血液 积极性;内部招聘 提高员工士气 候选人了解组织情况 花费少管理层次与管理幅度的关系 指一名管理者直接管理的下级人员数量。管理层次： 亦称组织层次，只社会组织内部从最高一级管理组织到最低一级管理组织共有多少个组织等级管理幅度与管理层次的关系：管理幅度与管理层次相互制约 当组织规模一定时 管理幅度与管理层次成反比关系 管理幅度越宽 层次越少 其管理组织结构的形式呈扁平型 管理幅度越窄 管理层次越多 其管理组织结构的形式呈高层型 8僵硬 稳定 适应性差)高度的专门化 僵化的部门化 指挥链明确.窄管理跨度 集权化 高度正规化。有机式结构(灵活 变动 适应性强)跨职能团队 跨层次团队 信息自由流动 宽管理跨度 分权化 低正规度申请表分析2笔试3面谈4绩效模拟测试5履历调查6体格检查。传统的笔试是对常规职务具有相当效度的人员甄选首都 但情景模拟测试与笔试相比 要明显优越的多 从管理人员甄别角度来看 评价中心法效果较好 面谈适于非常规职务 尤其是中高层的管理职位 它对于分辨智力和人际关系技能是一种相当有效的手法 而这些指标对于非常规活动特别是高层管理职位的工作绩效最可能具有相关性 对申请资料核实时对所有事物都有价值的a对生产和人的关心程度都很小

b 任务式管理：定向表示任务管理 重点抓生产任务 不太注意人的因素 c 俱乐部式管理;定向表示所谓乡村俱乐部式管理重点在于关心人企业充满轻松友好气氛 不太关心生产任务 d既不偏重于中间生产 也不偏重于关心人 完成任务不突出 团队式管理 定向表示理想型或战斗集体性管理 对生产和对人都很关心 能使组织的目标和个人的需求最理想最有效的结合起来11概念 人际 12 a命令型：(低关系—高任务)领导者决策 强调指挥和控制 不重视人际关系和激励(不成熟)b 说服型：（高关系—高任务）领导者决策 但终是人际关系 采用激励手段调动下属积极性(初步成熟)c 参与型(高关系—低任务)领导者与下属共同参与决策 同时采用激励手段 鼓励群体积极性(比较成熟)d 授权型(低关系—高任务)领导者授权给下属 由其独立自主开展工作 完成任务(成熟)

13管理者运用各种管理手段 刺激被管理者的需求 激发其动机 使其朝向所期望的目 更重要的是受其相对报酬的影响 这种相对报酬是指个人付出劳动与所得到的报酬的比较值。包括两种：1 横比 即在同一时间内以自身同其他人的相比较 2 纵比 即拿自己不同时间的付出与报酬比较 前者可称为社会比较 后者可称为历史比较(参考对象 自我制度 他人)20世纪50年代提出来的1 保健因素 这属于和工作环境或条件相关的因素 当人们得到这些方面的满足时，只是消除了不满 却不会调动人们的工作积极性 2 激励因素 这属于和工作本身相关的因素 包括的：工作成就感 工作挑战性 工作中得到的认可与赞美 工作的发展前途 个人成才与晋升的机会率 当人们得到这些方面的满足时 会对工作产生浓厚的兴趣 产生很大的工作积极性生理因素 只维持人类自身生命的基本需要2 安全需要 指人们希望避免人身危险和不受丧失职业 财务等威胁方面的需要3 社交需要 希望与别人交往 避免孤独 与同事和睦相处 关系融洽的欲望 4 尊重的需要 人们追求受到尊重 包括自尊与受人尊重两个方面5 自我实现的需要 是指人能最大限度的发挥潜能 实现自我理想和抱负的欲望 是一种最高层次的需要 是无止境的强化理论 1 正强化 就是奖励那些符合组织目标的行为 以便是这些行为进一步加强 重复出现从而有利于组织目标的实现 2 负强化 就是惩罚那些不符合组织目标的行为 以便是这些行为削弱 甚至消失 从而保证组织目标的实现

以期更有效地完成任务并有利于激励下级的一种管理方式分权是指较多的权力和较重要的权力分授给组织的基层管理者“职权的集中和分散始终趋向性 它的性质就像是‘热’和‘冷’一样” 15 部署 指导与协调等基本手段 并具体体现为：工作实施准备： 要‘吃透两头’配置好资源：工作部署：选准时机: 部署任务: 实行严格的工作责任制: 指导与激励 :工作协调刺激被管理者的需求 激发其动机 使其朝向所期望的目标前进的心理过程 将信息思想和情感在个人或群体间进行双向传播与交流的过程领导者职权的问题：职权分为：直线职权职能职权 参谋职权控制职能 1预先控制(防止组织所使用的资源在质和量上产生偏差)2同步控制(防止与纠正执行计划行动与计划标准的偏差)3 反馈控制(分析评价计划执行的最终结果与计划目标的偏差)控制的过程1 制定标准 2 衡量工作绩效 3 纠正行动

**第三篇：旅游管理学相关知识**

管理是指一定组织中的管理者在特定的组织内外环境的约束下，运用计划组织、人员配备、领导和控制等职能，对组织的资源进行有效的整合和利用，协调他人的活动，使他人同自己一起实现组织的既定目标的活动过程。实质资源成本最小化。

组织具有特征1每一个组织都有一个明确的目的2每一个组织都是由两个或两个以上的人组成的3每一个组织都发育出一种系统性的结构用以规范和限制成员的行为。组织的成员分为两类：操作者和管理者。效率是管理的及其重要的组成部分，它是指以尽可能少的投入获得尽可能多的产出。管理就是要使资源成本最小化效果通常是指“做正确的事”，既所从事的工作和活动有助于组织达到其目标，效率和效果是互相联系的。一般将管理的职能简化为：计划、组织、领导、控制四个基本职能。

计划职能包含规定组织的目标制定整体战略以实现这些目标，以及将计划逐层展开以便协调和将各种活动一体化。1组织职能包括决定组织要完成的任务。2领导职能：激励下属指导他们的活动选择最有效的沟通渠道解决组织成员之间的冲突。3控制职能：将实际的表现与预先设定的目标进行比较4人际关系角色：指所有管理者都要履行礼仪性和象征性的义务。5信息传递角色：指所有的管理者在某种程度上都从外部的组织或机构接受和搜集信息。6决策制定角色是做出抉择的活动

管理者的技能分类1技术技能2人际技能 3概念技能管理实践、管理思想、管理理论，三者相互依存 马基雅维利，提出的管理中领导的原则也被后人称为王权存在，国家管理的四条原则：群众认可、内聚力原则、危机原则、领导能力原则。

产业革命时期的管理思想 基本特点：工厂所有者主要凭借个人的经验和才能进行管理；工厂所有者即管理者，直接组织指挥生产，独立的管理阶层尚未形成；管理者与被管理者直接对立。

亚当·斯密的管理思想 1776年出版的《国民财富的性质和原因的研究》（简称《国富论》）系统地阐述了资产阶级古典政治经济学原理，为资本主义经济的发展确立了理论基础，标志着资本主义商品经济理论体系的构筑完成。影响最为明显的是其关于劳动分工问题和“经济人”的观点。

弗雷德里克·泰勒最著名的是1895年发表的《计件工资》和1903年发表的《工厂管理》以及1911年发表的《科学管理原理》阐述了科学管理理论确立了他作为科学管理之父的地位。

法约尔法国人，现代经营管理之父 《工业管理与一般管理》，是他一生管理经验和管理思想的总结。标志着一般管理理论的形成。管理思想1）从企业经营活动中提炼出管理活动 2）倡导管理教育3）提出五大管理职能。将管理活动分为计划、组织、指挥、协调和控制等五大管理职能，并进行了相应的分析和讨论4）提出十四项管理原则 管理的成功更重要的是管理者要能灵活地贯彻管理的一系列原则。

马克斯.韦伯 德国人,组织理论之父 主要贡献是提出了所谓的“理想的行政组织理论”。韦伯的理想官僚行政组织 一种体现劳动分工原则的、有着明确定义的等级和详细的规则与制度，以及非个人关系的组织模式。行为科学是由人际关系学说发展起来的，它和工业心理学有密切的关系后来又融合了人力资源学而现代的管理心理学和组织行为学是行为科学的主要组成部分。

人际关系学说的建立一职工是社会人二企业中有非正式组织三）新型的领导能力在于提高职工的满足程度 需要是人行为的起点，它是人体内部的一种匮乏状态，所匮乏的可以是人体内部维持生理活动的物质需要也可以是社会环境中的心理因素。动机就是由需要导致的紧张而产生的内部驱动力，动机会产生寻找能够满足需要的特定目标的行为。一级生理二安全三感情和归属 四地位或受人尊重五自我实现的需要。道格拉斯.麦格雷戈最著名的理论是关于人性的两套系统性假设——X理论和Y理论。X理论是人性的消极观点Y理论提出积极观点。麦格雷戈相信Y理论假设最恰当地抓住了工人的本质对管理实践具有指导意义 管理是为了有效地实现某项活动的最佳目标而进行的包含计划、组织和控制等职能的综合性活动。第一层次的要素是“人”二“员工是上帝”的观念是抓好员工管理的基本理念

管理的哲学二重性（一自然属性（二社会属性管理的基本原理是某种客观事物的实质及运动的基本规律。管理原理是对管理工作的实质内容进行科学分析总结而形成的基本真理它是实现管理现象的抽象，是对各项管理制度和管理方法的高度综合与概括，因而对一切管理活动具有普遍的指导意义。

管理原理的主要特征

一、客观性

1、管理原理是对管理的实质及其客观管理的表述

2、管理要顺应和利用原理,也就是说顺应和利用规律

二、概括性1管理原理是在总结经验基础上，高度综合和概括得出的具有普

遍性和规律性的结论2原理不能主观臆想否则是违背管理原理特征的 三稳定性

1、管理原理是相对稳定的2原理不是一成不变的四系统性，特点主要是指管理原理是由系统原理、效益原理、人本原理和责任原理等四个部分要素构成的有机整体。

系统原理要点

（一）整体性指系统之间的相互关系及要素与系统之间的关系以整体为主进行协调，局部服从整体。

（二）动态性原理系统作为一个运动着的有机体，其稳定状态是相对的，运动状态则是绝对的。人本原理的主要观点 1人是组织的主体组织是由诸多要素构成的。2有效管理的关键是职工参与 职工参与要做好两方面的基础工作:一是创造职工参与的机会;二是提高职工参与的意识。

3管理的核心是使人性完美发展人性即人的本性，满足人的需要就是要给予、要付出、要奉献、有爱心，对你的员工要关心、爱护和帮助4管理是为人服务的。尊重人、依靠人5责任原理管理是追求效率和效益的过程。要挖掘人的潜能责权利三角定理（等边三角形）权限 职责 利益能力（中线）

效益原理

一、效益的概念\*效果——由投入经过转换而产生的有用成果。注意：有效果不一定有效益 效率——单位时间内取得的效果数量。注意：效率与效益不一定是一致的 \*效益——产出与投入的比值 效益是管理的根本目的。管理就是对效益的不断追求。这种追求是规律可遵循的。

效益的追求有五个要点 一.管理的根本目的是追求效益二.管理思想的正确与否非常重要。三，追求局部利益与全局利益的一致性 四追求短期效益与长期效益的有机结合。五确立管理活动的效益观念。

帕累托效应 按事情的“重要程度”编排行事优先次序的准则是建立在“重要的少数与琐碎的多数”原理的基础。这个原理是十九世纪末期与二十世纪初期的意大利经济学家兼社会学家维弗烈度·帕累托所提出。“80/20”原理对管理者的时间使用者的重要启示便是应该将时间花于重要的少数问题上，因为掌握了这些重要的少数问题，你只花20%的时间，即可取得80%的成效。

SWOT是一种分析方法用来确定企业本身的竞争优势，竞争劣势 机会和威胁，从而将公司的战略与公司内部资源、外部环境有机结合1竞争优势是指一个企业超越其竞争对手的能力，或者指公司所特有的能提高公司竞争力的东西。竞争优势可以是（1）技术技能优势（2）有形资产优势（3）人力资源优势（4）组织体系优势（5）竞争能力优势

2.竞争劣势（W）竞争劣势是指某种公司缺少或做的不好的东西，或指某种会使公司处于劣势的条件。因素 1缺乏具有竞争意义的技能技术 2缺乏有竞争力的有形资产、无形资产、人力资源、组织资产 3关键领域里的竞争能力正在丧失 3公司面临的潜在机会(O)：市场机会是影响公司战略的重大因素。公司管理者应当确认每一个机会，评价每一个机会的成长和利润前景，选取那些可与公司财务和组织资源匹配、使公司获得的竞争优势的潜力最大的最佳机会。发展机会是：1客户群的扩大趋势或产品细分市场 2技能技术向新产品新业务转移 3前向或后向整合 4市场进入壁垒降低

4.危及公司的外部威胁(T)：在公司的外部环境中，总是存在某些对公司的盈利能力和市场地位构成威胁的因素。公司管理者应当及时确认危及公司未来利益的威胁，做出评价并采取相应的战略行动 外部威胁是：出现将进入市场的强大的新竞争对手 替代品抢占公司销售额 主要产品市场增长率下降 汇率和外贸政策的不利变动 人口特征，社会消费方式的不利变动

SWOT分析的步骤

1、罗列企业的优势和劣势，可能的机会与威胁

2、优势、劣势与机会、威胁相组合形成SO、ST、WO、WT策略3对SO、ST、WO、WT策略进行甄别和选择，确定企业目前应该采取的具体战略与策略。

SWOT分析通常是在某一时点对企业内外进行扫描，然后进行优势、劣势、威胁和机会的分析，从而形成四种内外匹配的战略:SO战略：依靠内部优势，利用外部机会ST战略：利用内部优势，回避外部威胁；WO战略：利用外部机会，克服内部弱点；WT战略：减少内部弱点，回避外部威胁。

决策是指人们为实现既定的目标，在掌握充分的信息和对有关情况进行深刻分析的基础上，从拟定实现目标的各种可行方案中选择一个合理方案的过程。特点

1、目标性

2、可行性

3、选择性

4、满意性

5、过程性

6、动态性

7、普遍性类型

（一）根据决策问题的性质和重要程度将决策划分为战略决策、战术决策和业务决策。战略决策是指组织最高管理层对组织未来的整体发展作出全局性、长远性和方向性的决策。战术决策又称管理决策是指组织的中间管理层为实现组织中各环节的高度协调和资源的合理利用而作出的决策。业务决策又称执行性决策，是指组织中的基层管理者在日常工作中为提高生产效率和工作效率而作出的决策。

（二）根据决策的主体构成将决策划分为个人决策和集体决策。三）根据决策环境的控制程度将决策划分为确定型决策、风险型决策和不确定型决策。

（四）根据决策问题的重复程度将决策划分为程序化决策和非程序化决策组织中的问题一般可分为两类：一类是例行问题，另一类是例外问题。五）根据决策影响时间的长短将决策划分为长期决策和短期决策，决策的地位与作用，决策是管理活动的核心是管理人员的主要任务。决策贯穿整个管理活动，是管理的基础。组织环境不断变化，也要求管理者不断作出新的决策。

决策是管理者的首要工作是管理者水平高低的重要衡量标准。管理者主要是解决例外问题，例外问题没有规律可言，因此需要管理者发挥创造力、判断能力和分析能力，作出正确的、科学的选择。

决策正确与否直接关系到组织的生存与发展。不同层次的管理者都在做决策工作，决策正确与否决定了决策的执行结果。错误的决策导致的结果不仅不能够实现组织的目标，还有可能影响组织的生存与发展，尤其是高层管理者的战略决策。

决策的基本原则，1最优原则由科学管理理论的创始人泰罗提出的2满意原则 3合理性原则

决策的一般程序

（一）识别机会或发现问题

（二）确定目标

（三）拟定备选方案

（四）评估备选方案

（五）选择决策方案

（六）选择实施战略

（七）监督和评估

决策的影响因素一环境二过去的决策三决策问题的性质四决策者对风险的态度五决策主体的因素

定性决策法又称软方法是建立在心理学、社会学和行为科学等基础上的“专家法”，是在决策过程中利用已知的。一）头脑风暴法集体决策方法，便于发表创造性意见，因此主要用于收集新设想创始人奥斯本 根据业务增长率和相对竞争地位的高低之分四类：（1）“瘦狗”经营单位市场份额和业务增长率都较低，只能带来很少的现金和利润应该采取收缩甚至放弃的战略。（2）“幼童” 经营单位经营单位市场增长率较高，目前市场占有率较低。（3）金牛特点是企业拥有较高市场占有率相对竞争地位强（4）“明星” 经营单位市场增长率和企业相对竞争地位都较高代表着最高利润增长率和最佳投资机会。

2意义：（1）为经营单位确定活动方向。（2）为企业经营业务组合提供依据。可以将金牛经营单位所产生的资金转向明星或幼童，使得资金在企业内部得到有效的利用。

风险型决策特点是：根据概率计算期望值。风险型决策主要采用决策树法。

决策树法是根据逻辑关系将决策问题绘制成一个树型图，按照从树梢到树根的顺序，逐步计算各结点的期望值，然后根据期望值准则进行决策的方法。

决策树由决策点、方案分枝、自然状态点、概率分枝和结果节点组成。

领导就是率领、带领、引导、指挥的意思。作为管理职能的领导，由领导者和领导行为构成。

领导就是指挥、带领、引导、和鼓励部下为实现组织目标而努力的过程，实施并完成领导职能的主体是领导者。三个要素：有部下或追随者，有影响追随者的能力或力量，目的是通过影响部下来达到企业目标 领导过程的特点1领导的本质就是群体或组织成员的追随与服从。2领导是一种特殊的“投入”与“产出”3领导是领导者被领导者及环境的函数。

领导过程实际上是由领导者、被领导者和他们所处的环境所组成的复合函数。用公式表示如下：领导= f（领导者×被领导者×环境）。即领导过程的效果既取决于领导者自身的能力与素质、被领导者的素质与接受领导的程度和环境条件这三个因素又取决于这三个因素的内在联系。

领导的权力指领导者有目的地影响下属心理与行为的能力。领导过程中影响他人的基础是权力。

权力是指个人所具有的并施加于别人的控制力。影响是人们自觉或不自觉地运用权力对别人施加作用的过程和结果。职权则是企业组织中某一职位所赋有的权力。三者之间具有密切的内在联系

领导与管理的区别1领导只是管理的一项职能。领导工作不等于管理。2领导与管理其他职能的区别表现在与人相联系的特征上。领导者与管理者的区别领导者不一定是管理者。

领袖魅力领导理论指当下属观察到某些行为时，会把它们归因为伟人式的或杰出的领导能力

领导方式理论又叫领导风格理论或领导作风理论。在引导和影响组织成员的过程中领导者对所获得的权力的使用方式称为领导方式或领导风格。

一）勒温的领导方式理论 美籍德国心理学家勒温根据领导者控制或影响被领导者方式的不同（权力定位不同）把领导方式划分为专制式、民主式和放任式三种类型。大多数是混合式。

（二）利克特的领导方式理论 美国利克特教授，提出了四种领导方式，即专制——权威式、开明——权威式、协商式、群体参与式。领导行为四分图理论，提出了四种基本的领导行为，高组织低关心人的领导者最关心的是工作任务；高关心人而低组织的领导者较为关心与下级之间的合作，重视互相信任和互相尊重的气氛；低组织低关心人的领导者，对工作对人都不关心；高组织高关心人的领导者，对工作对人都比较关心。高组织高关心人的领导效果最好，效果最差的是低组织低关心人的领导行为。管理方格图理论布莱克和莫顿在1964年提出 领导权变理论又叫情景理论。领导效能不单纯取决于领导者的个人行为，某种领导方式在实际工作中是否有效主要取决于具体的情景和场合。典型的权变理论主要有领导行为连续统一体模型、菲德勒权变模型、领导生命周期理论、途径——目标理论和领导参与决策模式。

领导连续统一体模型1958年由美国学者坦南鲍姆和施米特提出。他们指出领导风格并不是只有专制和民主这两种极端的方式，而是在这两种极端之间，以领导者为中心还是以下属为中心程度不同而存在着一系列领导方式，这些领导方式因以领导者授予下属的权力大小的差异而不同。

美国当代著名心理学和管理专家弗雷德·菲德勒在大量研究的基础上提出了有效领导的权变理论（1951年）。他认为不存在一种“普遍适用”的领导方式，任何形态的领导方式都可能有效，其有效性完全取决于领导方式与环境是否适应。换句话说，领导和领导者是某种既定环境的产物

菲德勒认为决定领导有效性的环境因素主要有三个：（1）职位权力。这是指领导者所处的职位具有的权力和权威的大小。一个具有明确的并且高的职位权力的领导比缺乏这种权力的领导者更容易得到他人的追随

（2）任务结构。即工作任务的明确程度和部下对任务的负责程度。任务清楚，工作的质量就比较容易控制，也更容易为组织成员规定明确的工作职责3）上下级关系。指领导者受到下级爱戴、尊敬和信任以及下级情愿追随领导者的程度。

科曼——赫西和布兰查德在领导行为四分图的基础上提出了领导生命周期理论。领导者的风格应适应其下属的“成熟度”。“成熟度”是指个人对自己的直接行为负责任的能力和意愿。

罗伯特·豪斯 开发的途径－目标理论模型确定了四种不同的领导方式：1指导型：让下属明了领导者对自身的期望、成功绩效的标准和工作程序2支持型：努力建立舒适的工作环境，亲切友善，关心下属的要求 3参与型：与下属共同磋商，在决策前充分考虑他们的建议4成就导向型：设定挑战性目标，期望下属实现自己的最佳水平。路径－目标理论提出了环境因素和下属自身因素这两类情境变量。环境因素决定了所要求的领导方式类型，而下属的个人特点决定了个体对环境和领导方式如何解释。

领导者是使下属获得更好的激励、更高的满意程度和工作成效的关键人物，领导的主要职能是为下属在工作中提供获得满足需求的机会，并使下属清楚哪些行为能导致目标的实现并获得价值即奖励。即领导者应为下属指明达到目标的途径，理论是由埃文斯以期望理论和领导行为四分图为依据建立起来的。

领导参与模型是由弗鲁姆和耶顿提出来的。它试图确定出适合某些特定环境和情景的领导方式，这些不同的领导方式是由下属参与决策的程度决定的。它强调在各种决策活动中应允许下属参与，因此它也为决策，包括下属参与决策确定了标准和准则。

需要是指人们在生存与发展的过程中，感到欠缺某种条件而又力求满足时的心理状态。它是客观需求在主观上的反映，具有客观的对象，受到环境的影响。需要是人类行为的心理基础，是行为的内动力，人的需要通常是复杂的、变化的。

动机是推动人行为的直接动力，是需要与行为的中介。即人主观有某种需要，客观环境具备了一定满足需要的条件（诱因）时，就会产生追求实现这一需要的念头，这种“念头”就是动机。

行为是指人们在社会生活中一切动作的统称。可分为动机性行为与非动机性行为。“激励”可以表述为：为了特定目的而去影响人们的内在需要或动机，从而强化、引导或改变人们行为的持续过程。

（一）需要层次理论人本主义心理学家马斯洛率先对人的需要进行研究，1993年在其《人类动机理论》一文中首次提出了需要层次理论

（二）ERG理论奥尔德佛是马斯洛的学生。他在工人中进行需要调查，并对马斯洛的理论进行了修正、发展，提出了ERG理论

（三）成就需要理论 美国心理学麦克利兰 对生理

需要基本满足的人们进行需要状况调查，提出了成就需要理论有的又将其称为三种需要理论

（四）双因素理论美国心理学家赫茨伯格根据调查的结果提出了该理论

（五）期望理论是美国心理学家弗鲁姆提出来

（六）公平理论又叫社会比较理论，是由美国心理学家亚当斯提出的。该理论主要研究工资报酬分配合理性、公平性对员工工作积极性的影响。

（七）强化理论 美国心理学家斯金纳 提出了强化激励理论。该理论认为，人的行为是对其所获刺激的函数。管理者要采取各种强化方式，以使人们的行为符合组织的目标。沟通即“信息沟通是指两个或两个以上的主体之间传递和交流信息、情报、知识和意见的过程。管理沟通是指围绕组织目标，通过信号、媒介等途径，有目的地交流观点、信息、情报、意见和情感的过程。管理沟通主要包括个体之间的沟通，即人际沟通；团队内部成员之间的沟通，即团队沟通；组织与组织之间的沟通，即组织沟通。

信息沟通必须具备三个要素：信息的发送者，信息的接收者，所传递的信息内容。

沟通的作用

（一）沟通是组织与外部环境之间建立联系的桥梁

（二）沟通是组织协凋各方面活动，实现科学管理的手段

（三）沟通是领导者激励下属，履行领导职能的基本途径

（四）沟通有利于满足员工的心理需要，改善人际关系

按沟通的组织系统分类1正式沟通指的是通过组织明文规定的渠道进行信息的传递和交流。优点是，沟通效果较好，有较强的约束力。缺点是：因为依靠组织系统层层传递。

2、非正式沟通

方式分类

1、口头沟通

2、书面沟

3、语言沟通

4、非语言沟通(四)按信息传播的方向划分

按沟通方向的可逆性分类1单向沟通是指信息的发送者和接收者的位置不变的沟通方式，2、双向沟通

五、沟通障碍及其克服对策

在沟通过程中，信息发送者、沟通过程、信息接收者三个环节都可能出现沟通障碍，为了提高沟通效果，必须设法克服这些障碍因素的消极影响

（一）信息发送者的沟通障碍及改善

1、障碍 从信息发送者的角度来讲，发送者的沟通目的不明确从而导致信息内容的不确定性、发送者表达模糊、信息选择失误、信息传递方式选择的失误都会影响到沟通效果。

2、改善①要有认真的准备和明确的目的性；②正确选择信息传递的方式；③沟通的内容要准确和完整； ④信息发布者要努力缩短与信息接收者之间的心理距离；⑤沟通者要注意运用沟通的技巧。

管理者为实现组织目标而建立和协调组织结构的一系列工作过程，组织的本质是分工与协作。组织设计的原则（一专业化分工的原则（二统一指挥（三控制幅度四权责对等（五集权与分权（六柔性经济原则（七部门化影响分权程度的因素：1）组织规模的大小2）政策的统一性3）员工的数量和基本素质4）组织的可控性5）组织所处的成长阶段

组织生命周期各个阶段的特点创业阶段：小规模、非官僚制和非规范化；集合阶段：偏重于集权制、欠规范；规范化阶段：呈现官僚制特征；精细阶段：僵化、衰退。

组织结构的基本类型 直线职能型 事业部型 矩阵型 基于团队

无边界组织团队结构是与通常的职能结构或事业部结构的结合，这促使组织在获得行政式机构的效率性的同时，还拥有团队结构的灵活性。

组织文化是组织在长期实践活动中所形成的并为组织成员普遍认可和遵循的具有本组织特色的价值观念、团体意识、工作作风、行为规范和思维方式的总和组织变革就是组织根据内外环境的变化，及时对组织中的要素进行结构性变革以适应未来组织发展的要求。组织变革的根本目的就是提高组织的效能。

控制是一项管理职能，是指按照计划标准，衡量计划的完成情况并纠正计划执行过程中的偏差，以确保计划目标的实现。控制的必要性1组织环境的不确定性 二）组织活动的复杂性三）管理失误的不可避免 预算的是根据计划目标和实施方案具体筹划与确定资源的分配、使用以及相应行动预期结果的数字化形式。种类

2、投资预算

1、经营预算

**第四篇：旅游管理学教案**

1管理学定义：在特定的环境下，运用已有的可利用资源，凭借计划，组织，领导，控制等工作，通过别人并与别人一起有效实现组织目标的过程。2有效的管理（做好，做对的事）：（1）做正确的事（2）正确做事（做事的方式和方法）3组织：为实现目中目标的集合(1)有一群人组成（大于等于2）---组织成员（2）有共同的目标---组织目标（3）系统化的结构---组织构成

4组织成员的构成：管理者（有头衔，有直接的下属）和操作者

5管理者的角色：亨利。明茨伯格（1）人家关系方面：代表者，领导者，联络者(2)信息方面：监听者，传播者，发言人（3）企业家的角色，故障的排除者，资源分配者，谈判者 6管理者的素质要求：--品德：高层：事业心，自信。责任心 中层：责任心，事业心，合作和服务精神 基层：责任心，合作和服务意识，忠实

--能力：高层：判断能力，识才能力，创新能力 中层：沟通能力 基层：理解能力 –知识结构：高层：知识面广，中层：管理专业知识，基层：专业知识。

7古典管理理论：泰罗被称为科学管理之父。观点：（1）总结制定了规范操作方法，提出用科学代替实验。（2）选择工人加以培训，提高劳动工产率（3）从劳资双方可以真诚合作，达到双赢（4）区别工人与管理者的工作责任，推出职能工长制。法约尔十四项原则 分工 权利与责任 纪律 统一指挥 统一领导 等级链与跳板 秩序 公平人员稳定 首创能力 集体精神

组织活动分六项业务活动 商业活动 技术活动 会计活动 财务活动 安全活动 管理活动 9 五项基本职能 计划 组织 协调 控制 指挥 韦伯 行政组织理论 明确的分工 自上而下的等级体系 人员的考评和教育 职业化得管理人员 遵守规章制度 组织中人与人之间的关系是一种职位关系 10 所有理论的共同点 把人当做经纪人 把组织看做封闭组织 1924-1932年 梅奥 霍桑实验（1）员工不是经纪人，而是社会人（2）企业中存在着非正式组织（3）提高工人的满意度是提高生产力的关键 12管理新理论：企业再造理论—提升顾客的满意度 哈默 挑战劳动分工理论

定义：针对企业业务流程的基本问题进行反思，并对它进行彻底的重新设计，以至于成本质量，服务，速度等当前衡量企业业绩的这些重要尺度上去的显著进展。

13.决策定义：指组织或个人为了实现某种目标，而对未来一定时期内有关活动的方向内容以及方式的选择或调整过程。

14决策的特点：目标性，可行性，选择性，满意性，过程性，动态性 满意性（满意原则）：（1）获取与决策相关的全部信息(2)了解全部信息的价值存在（3）准确预测每个方案，在未来的执行情况。

15决策的影响因素：环境，过去的决策，伦理道德，时间，决策者的态度和对风险的评估，组织文化。

16决策不确定性决策（人为准则）（1）乐观原则（盈利最大化，大中取大法）（2）悲观原则（风险最小化，小中取大法）（3）最小后悔值准则—计算不同状态小个方案的后悔值，计算各状态下的最大后悔值，确定其中最大后悔值最小的相对应得方案做为决策方案。17管理环境分类：外部环境：包括一般环境因素（政治法律，经济，社会文化，技术），任务环境因素（供应者，顾客，竞争对手，政府组织及特殊利益团体）。内部环境：经营实力，企业文化。威廉 Z 理论 组织文化概念 是处于一定社会经济背景下的一种组织在长期的发展过程中 逐步形成和发展起来的 日趋稳定的独特的价值观 以及与此为核心而形成的行为规范 道德准则 群体意识 风俗习惯 及外化的企业形象

。它的构成 精神文化 制度文化 行为文化 物质文化（工作环境和企业形象）19 计划 用文字和指标形式来表达的对未来活动所作事的安排 预测 和应变的过程 计划方法 滚动计划 是一种将长期计划 中期计划 短期计划有机的结合起来 根据计划的近期执行情况和环境变化情况定期修订未来计划并逐期向前推进的方法

它的优点 1 可以保证长期计划 中期计划 短期计划有机的衔接起来使各期计划基本保持一致2 保证计划更加切合实际提高下个计划质量3加强计划的弹性从而提高组织的应变能力。战略管理 根据组织内为环境变化制定战略 实施战略控制 评价 以及调整战略的过程战略管理层次 公司战略 经营战略 职能支持战略好目标特征 具体明确的可衡量的可达到的 24 SMART原则 相关的 有时间限定的 目标管理 是一个过程或者手段他首先由一个组织中的上层管理人员 下级管理人员与员工共同制定的组织目标 并由此形成每个成员的责任和分目标 明确规定每个人的职责范围 最后应用这些目标来进行管理 评价和决定对每个部门和成员的奖惩 组织的定义 名词 两个或两个以上成员为实现共同目标而组成的该系统化的集合

动词 通过设计和维持组织内部的结构和相互之间的关系 组织中的各个部门和成员为实现组织目标而有效的协调工作的过程

27管理幅度定义 一位管理人员直接有效的领导下属的数量 管理幅度影响因素 1通过能力 2工作内容和性质（1管理者所处层次2下属工作的相似性3计划的完善程度4非管理性事务的多少）3工作条件（1信息手段配备情况2助手配备情况3工作地点的相似性）4 环境 组织设计原则 1目标至上原则 2分工协作原则 3因人设制因事设制4权责对等5统一指挥原则 组织结构类型 1直线制 优点效率高成本低 缺点 独裁 适用 规模小生产和管理工作都非常简单

2职能制 缺点 容易出现多头领导 优点 有利于发挥专业人员的作用 3直线职能制 优点有利于发挥专业人员的作用 缺点 不利于培养管理人才 适用 中小企业 4事业部制 联邦分权制 缺点 机构重叠 管理费用上升 优点能调动各事业部的主动性和积极性 有利于培养综合管理人才 适用 组织规模很大且具有较复杂的产品类别或较广泛的地区分布的企业 5矩阵制 优点资源得到充分发挥利用 灵活性好 缺点 稳定性差 双重领导 适用 创新性任务多 生产经营复杂多变得组织

31内部招聘 内部提升 工作平调 返聘复聘 优点1调动员工的能动性2保证选聘工作的正确性3有利于吸引外部人才4有利于被聘者迅速开展工作 缺点1内部备选对象范围狭窄2容易造成近亲繁殖 现象

32外部招聘 广告 职业介绍机构 招聘会 网络 员工推荐 优点1来源广泛选择空间大2为组织带来新鲜血液3平息和缓解内部员工的关系 缺点1不了解情况进入角色较难2容易对员工造成打击3存在用人的风险

领导定义 名词 担负领导职责 负责实施领导过程的个人

动词解释 通过影响个指导组织成员为实现组织目标而作出努力和贡献的艺术和过程 其实质在于组织成员的追随和服从 34领导权力的构成 法定权 奖赏权 强制权 专长权 典范权

沟通 之和理解的信息或思想在两个或两个以上的主体与客体之间传递或共振的过程 36有效沟通的条件 1有信息的发送者和接收者 2有信息的内容3有传递信息的渠道或方法4发送者所发出的信息要完整 准确5接受者能够接收到信息并能准确理解所接受的信息6接收者愿意以恰当的方式按照传递过来的信息采取行动

激励 激发人的内在动机 鼓励人们朝着所期望的目标采取行动的过程

激励理论 1内容性激励理论 A马斯洛需要层次论（生理需要 安全需要 人际交往需要 受尊重的需要 自我实现的需要）B双因素理论 C成就激励理论

2过程型激励理论 强化理论 公平理论 期望理论

控制定义 在动态环境中为确保多有的活动与既定的目标和战略相一致而采取的检查和纠偏活动的过程

有效控制的原则 重点控制原则 及时性原则 灵活性原则

**第五篇：管理学旅游管理论文**

摘要：文章通过亲自调查后分析了山西灵空山旅游风景区的营销策略，指出了一些问题：即旅游景区的市场定位要注意与周边景区市场定位的区别；旅游景区的营销要注意对组织市场的营销；在旅游景区的营销过程中要形成整个企业的VI识别系统；旅游景区的营销要发挥市场机制的作用。

关键词：旅游风景区；市场营销；市场定位灵空山风景区简介

灵空山亦名九顶山。在山西沁源县城西北30 km处的五龙川乡，是一处风景名胜区。为太岳山支脉，方圆20 km2。山上松林密布，远望千峰迭翠，古木参天，四周峭壁如削，山涧幽深，清泉潺潺。灵空山中心处3座孤峰突起，如倒置的3只鼎足。峰下，两条深谷由西、北而来，相交汇合，向东南而去。深谷汇交处，形成一个巨大的空谷，如巨窟石井，宛若神工鬼斧开凿。灵空山的树，称雄山西，冠盖华北，不仅树木种类繁多，花草遍地。中草药近百种，素有“四十里林子不见天”之说。而且出名的大树都各具名堂典故。国内最为珍贵的“油松之王”九杆旗立于山颠、一基出土、派生九枝，棵棵笔直，高达40多m。除九杆旗外，这里还有八树并列的“八大金刚”，阴阳相错的“哼哈二将”，一根三茎的“一炉香”、三兄次弟的“三大王”、崖畔独秀的“招手奇松”及“一佛三菩萨”等珍奇古松，各具形态令人惊叹。它们都是别处极难寻觅到的原始大树，赋予灵空山—种原始气质苍劲虬曲的自然美。

山上寺院、茅庵、仙桥、峦桥、东钟楼等建筑，经历代修缮，至今尚存，总体布局错落有致，建筑颇为壮观。圣寿寺，坐落在悬崖腰畔，半掩半露，颇有韵味。据《沁源县志》等记载，唐懿宗第四子李侃于乾符六年(公元879年)避黄巢起义到此，削发为僧，死后谥封先师菩萨。唐景福二年建先师禅院，宋端拱二年赐额“圣寿寺”，相沿至今。由于历代的增补修缮，圣寿寺的现存殿宇经不是唐代原建筑了。但其规模之大，建造之巧，仍然是一处较有价值的寺庙建筑群。茅庵建于寺东崖畔石洞之中，曲阶而上，步步登高，庵中地净尘绝。这里是游者最感兴趣的地方，它凌空高建，半掩半露，入庵小坐。顿觉神清气爽。

寺院山门对面悬崖壁立，枯树青藤倒挂，一道幽谷横在寺院前沿，相距数丈，古人在寺院左右修建了仙、峦二桥，勾通南北。贯连三山。仙桥“仙”在其险，下临数十丈深的峡谷，底宽上窄、峡端仅隔三尺多，一条一尺多宽的石条拱悬其上。相传，从前仙桥脚下对峙的悬崖相距甚远，沟内风景迷人。灵空山住着位五龙王，其母见此处景美，常来赏玩。后来她与山庙中的老和尚相识，彼此就在这里对弈。五龙王对此十分不满，一天趁其母与和尚下棋之际，运用法力将灵空山上的第一川、韩洪川、猫尾川、水洞川、五龙川等五川的河水聚拢而来，企图淹死其母。其母听到水声，抬头见洪水已汹涌而来，忙取头帕一蘸，便将洪水吸尽。所以现今五遭川水贵如油。五龙王一计不成又生一计，将相隔千尺的两座高山迅猛挤来。其母取下头上金簪向空一扬，金簪立刻化作现在仙桥底下的巨大石条顶住两山。其母见儿子如此残毒，一把抓住龙身扯得四分五裂。龙头、龙背、龙尾均化为山丘之石。成为灵空山一处处名胜。仙桥绝壁下一块石头上至今还留有棋盘的痕迹。过仙桥向圣寿寺走，必经一座木构“峦桥”。桥为单拱。桥上建丹柱棚式长廓3间，宽2m多，雕龙绘风。桥基用14根40 cm粗的圆木构成桥梁，不要一钉一铆，桥结构十分科学简单，却雅观坚实，远望如一牙儿蚀月，显示了我国古代高超的建筑艺术，是我国现存古桥珍品。峦桥、仙桥飞跨一线天上，成为绝景。跨过峦桥，穿林海沿小路东行，再过仙桥，就到了东峰脚下。从山脚到峰顶的东钟楼，要攀援陡峭曲折、宛如飘带的“十八盘”。人言“不上十八盘，未到灵空山”。由于日久天长，岩石风化，路址更迁，至今山路已变成整30盘、555个台阶。登盘观山、盘盘有景，景景各异，一盘胜似一盘，一景强似一景。登上盘顶，隐约可见沁水南奔。耸立于峰顶的东钟楼，亭阁由四根丹柱支立，飞檐翘角，古色古香。中梁悬一口大钟，撞之轰鸣，声震四方，余音不绝。

东钟楼以南，是苍黄色的“舍身崖”，如切如削。再向南，山峦之中有一四面峭壁的孤峰，峰顶树木葱茏，据说那是李太子初到时结庐的地方，名叫“唐山寨”。还有盖海洞，仙人洞。五龙池，石门，龙尾等20多处景观，山幽水清，云霞缭绕，为天然胜景。古人张震写有一首《游灵空山》诗赞道：“阔步灵空上绝巅，始知名胜不虚传。奇峰路险才通鸟，古寺云深别有天。户外松风涛处处，窗中溪雨雾绵绵。须眉前后真如画，看到浓时万虑捐。”石灿东在《灵空滴翠》中也描绘了“图画天然列眼中”的灵空山：“一色浓徐新水墨，四周环绕翠屏风。末云竞落当阶雨，不霁何来跨涧虹。”这些诗篇毫不夸张地写出了灵空山的神奇与壮美。每到秋日，红叶满山，又为灵空山增添了一份宜人的色彩。灵空山风景区营销方案失败的原因分析

灵空山风景区是山西省的老景区，从20世纪80年代即开始开展旅游业务，在山西省小有名气。从1997年开始该县旅游局为了发展旅游业，开始组织在该旅游区搞一年一度的“灵空山避暑节”，取得了良好的效果。1998年该县集中财力和民力。花费300多万人民币修建了长度达40 km的进山公路，从根本上改变了该景区的硬件设施，使旅客进山更加方便，旅客的车辆可以直接开到离景区核心区仅有2 km的停车场。1997年以后，该景区接待旅客人数连续以每年30％的比例增长，到2024年接待旅客人数达到5万人，旅游经济总收入达到1 000万元。倒是，2024年以后，该景区年接待旅客人数却逐年下降。到2024年年接待游客人数降到了不足3万人。2.1 政企不分导致营销主体模糊

该风景区位于山西省长治市沁源县境内，风景区的核心区距离县城35 km。从20世纪80年代以来，该景区的固定资产基本上全部由各级政府拨款进行建设投入。20世纪80年代开始。为了管理该风景区沁源县在风景区内成立了灵空山风景区管理所。在历史的变迁过程中，该管理所曾先后归属于该县文化局、文化旅游局、旅游局等部门管理。2024年沁源县成立了旅游局。对全县的旅游资源进行管理和开发。但是，现存的情况却是，旅游局既是该景区的管理者又是经营者。直到现在，该县旅游局仍然继续从各级财政上申请拨款投入到景区的进一步建设中。直属于旅游局的风景区管理所将风景区的门票等收入直接上缴给了旅游局。为了加强对外吸引资金的需要，沁源县旅游局在2024年完成了对该风景区的改制工作，成立了“山西灵空山旅游开发有限公司”，成为了具有独立法人资格的企业法人，但是在这个新成立的旅游公司中，其大股东仍然是沁源县旅游局，而沁源县旅游局的出资恰恰就是物化的该风景区的所有财产。

近两年以来，该风景区也做过一些宣传，比如在电视台赞助过文艺节目、在报纸上做过软性广告、邀请媒体到该景区举行摄影比赛活动等等。但是在对与广大受众来说，失常陷入不知道谁是广告主的情形之后，这种政企不分的情况导致了营销主体在营销对象的观念中具有不确定性，使本来已经就非常有限的广告营销费用打了水漂，成为营销是失败的重要原因。2 在市场定位上与周边景区构成了同一，失去了有力的市场诉求

在20世纪80年代和90年代中期以前，在该风景区方圆100 km之内，不存在和该景区同质化的其他景区，所以该景区对周边人群具有较大的吸引力。进入20世纪90年代以来，我国旅游业快速发展，很多地方都把旅游业作为国民经济的新型行业来大力发展，山西省也不例外。这些年来，在该景区周边现有出现了山西灵石绵山风景区、石膏山风景区、临汾霍州火山风景区等一些风景区。这些风景区在地理位置上离灵空山风景区都不超过50 km，并且在地质上和该风景区具有极大的相似性。从游客的角度来看。这些风景区的山、水、树、草以及其他自然风光的构成要素基本上没有差别。另外。从人文旅游的角度来说，该风景区的市场诉求也并不有力。该风景区的核心人文景观为“圣寿寺”，相传为唐懿宗第四子李侃的遗留之地，众所周知的是，山西是唐王朝的起家之地，历史遗迹甚多，唐太宗李世民、唐明皇李隆基，甚至女皇武则天等等都在山西有重要历史遗迹，小小一个懿宗之子的逃亡之地安能打动游人之心?另外，从宗教的角度来说，该庙为佛教寺庙，山西有了作为四大佛教名山之首的五台山之后，灵空山上的所谓法师对人的吸引力的大小可想而知了。可见，该风景区

并不能给消费者提供一种独特的旅游商品，在市场诉求上与周边景区具有极大的相似性，这也导致其在市场营销中处于不利地位。3 地理环境使其在市场营销中面临不利的市场环境另外，其他几个风景区与灵空山风景区相比，还有一个交通方便的优势。近年来，山西省修建了“大”字形的高速公路网络，尤其是从山西北部的大同到南部的运城修建了大运高速公路，将山西省的云冈石窟、五台山、晋祠、平遥古城、乔家大院等风景区连接了起来。上述几个新兴风景区都离大运高速公路的出口不超过10 km，所以对于游客来说是非常方便的。但是灵空山风景区在交通位置上却处于极为不利的位置上：离大运高速公路超过了50km，且这50 km全部为崎岖的山路；离太原到长治的太长高速公路更是达到了60 km，而且也全部为条件很差的乡村公路。改善灵空山景区营销现状的建议通过旅游企业的改革真正将景区推向市场

当前，在我国旅游企业中普遍存在着政府既是“运动员”又是“裁判员”的情况，这是明显不符合市场经济规则的。所以，当前旅游业改革的重点和核心就是改变政府既经营旅游业又管理旅游业的情况。灵空山已经在这方面作出了有益的尝试，组建了“山西灵空山旅游发展有限公司”，但是这家公司的经营直接受到其大股东沁源县旅游局的干涉，其在市场上的自主权是非常有限的。因此笔者建议，旅游局的领导班子应该和该公司的管理层相分离，这样才能真正做到自主经营。2 将景区重新进行市场定位。确定独特的市场诉求

从上面的分析中我们已经得知，佛教文化和唐文化在灵空山的市场营销中并不具有优势。从我们对该景区的介绍中，我们可以得知，龙文化是这个景区中的一个独特的文化构成要素，笔者认为可以对这个文化进行挖掘和市场包装，形成新的市场诉求。龙文化在中国具有深厚的文化基础。中国人占人口绝大多数。他们认为自己是龙的传人，龙在中国文化中是最重要的图腾，当前中国正处于复兴的过程中，国人对于龙这个具象比以前有了更多的期待，可以预见，在未来，龙文化将在旅游文化中占有一席之地。3 加大交通设施建设。尽快将景区接入高速公路网

在当今社会，人们的生活节奏很快，尽管旅游是人们的休闲方式，但是人们还是希望将更多的时间放在景区内的活动上，而不是耽误在路上。该景区当前所处的地理位置使旅客将大量时间耽误在路途上，直接影响了景区的发展。所以该景区应该尽快解决交通问题，使旅客可以进行一日游，节省旅客的时间和住宿费用。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找