

<<服务管理>>

图书基本信息

书名：<<服务管理>>

13位ISBN编号：9787122160331

10位ISBN编号：7122160335

出版时间：2013-3

出版时间：化学工业出版社

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>

前言

最近国家有关部委发布了《电子商务发展“十二五”规划》、《“十二五”电子商务发展指导意见》等文件，为电子商务的发展制定了宏伟蓝图。

并从国家层面开展了电子商务示范城市创建工作、电子商务示范基地创建工作及电子商务示范企业评选工作等，电子商务的发展进入了快车道。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第29次中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至2011年12月底，中国网民规模突破5亿，达到5.13亿，全年新增网民5580万。

互联网普及率较上年底提升4个百分点，达到38.3%。

2011年电子商务类应用，包括网络购物、网上支付、网上银行、旅行预订等继续保持了稳步发展态势，其中网络购物用户规模达到1.94亿人，较上年底增长20.8%，网上支付用户和网上银行全年用户也增长了21.6%和19.2%，目前用户规模分别为1.67亿和1.66亿。

电子商务已经成为企业发展的主流，电子商务应用的春天也到来了。

电子商务的飞速发展，使得各行各业对电子商务人才的要求越来越高。

我国高等教育承担着为国家培养和输送懂技术、能实干的电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。

目前，我国300多所高校开设了电子商务本科专业，每年约有5万多电子商务的高等学校毕业生走向电子商务相关行业。

为了更好地培养电子商务专业人才，我们经过多次调研、反复研讨、认真组织，与化学工业出版社合作出版了本套电子商务系列教材。

本套教材是依据电子商务专业最新专业规范（2011年）的培养要求，组织电子商务研究领域中有建树的学者教授、行业专家共同编写。

主编和参编学校有浙江大学、对外经济贸易大学、上海财经大学、华南理工大学、北京科技大学、湖南大学、上海大学、东华大学等10余所高校。

本套教材定位于为企业培养开展电子商务活动的策划、开发和管理的专门人才。

本套教材具有如下特色：（1）行业特色：融入电器、服装、制造、化工、钢铁、粮食、小商品；金融、电信移动、新材料、网络信息等行业特点；重视制造业与服务业的融合。

（2）案例特色：以传统行业开展电子商务活动的典型案例为主，注重案例分析及拓展。

（3）校企合作：教材面向社会需求和应用，与企业结合、与企业共同编写，将企业实战观点渗入教材。

编写时虽力求精益求精，但疏漏在所难免，还请广大专家读者批评指正。

普通高等教育电子商务“十二五”规划教材编审委员会2012年4月

<<服务管理>>

内容概要

《服务管理》从现代服务企业管理实际应用的需要出发，较系统地介绍了服务管理的基本理论方法、应用模式与典型案例。

全书共分4篇，分别为服务管理基础、服务管理实务、客户关系管理和电子服务管理。

《服务管理》主要讨论了服务与服务管理的基本概念、现代服务的特征和现代服务管理的创新理念、现代服务学的基础框架、服务管理的经济学和管理学基础、IT服务管理的本质与内容、电子商务服务管理特征与模式等；阐述了客户关系管理和服务管理实务的具体应用方法等；并着重加强了新一代电子服务管理中的移动服务和云计算服务管理的内容探讨。

《服务管理》兼顾前瞻性与通俗性，注重理论联系实际，叙述时力求深入浅出，并用大量的行业应用案例加以说明，便于广大读者阅读理解。

《服务管理》可作为高等院校电子商务和相关专业同类课程的教材或教学参考书，还可适合开展服务管理研究与应用的企业和事业单位作为内部培训使用。

<<服务管理>>

书籍目录

第1篇 服务管理基础1服务与服务管理学习目的 0021.1服务与现代服务 0031.1.1服务的概念、特征与类型 0031.1.2现代服务的概念与特征 0061.2服务业与现代服务业 0061.2.1服务业及其类型 0061.2.2现代服务业 0071.3服务科学(SSME) 0091.4现代服务管理 0111.4.1管理思想的发展与走势 0111.4.2服务理念盛行与价值 0111.4.3服务管理的定义与特征 0131.4.4现代服务管理理念 014本章小结 015思考练习题 0152服务管理理论基础学习目的 0162.1服务管理的现代服务学基础框架 0172.1.1企业战略服务 0172.1.2企业流程服务 0182.1.3企业人员管理服务 0192.1.4基础技术服务 0202.2服务管理的经济学基础 0222.2.1服务经济学 0222.2.2服务的价值与使用价值 0232.2.3服务市场的产业结构与绩效 0252.3服务管理的管理学基础 0262.3.1管理哲学 0262.3.2市场战略 0272.3.3组织变革 0282.3.4执行力 030本章小结 030思考练习题 031第2篇 服务管理实务3服务项目学习目的 0343.1项目管理概述 0353.1.1项目 0353.1.2项目管理的定义及基本要素 0373.1.3项目管理的特征 0383.1.4项目管理的內容 0393.1.5项目的发展状况 0403.2服务项目及其管理 0403.2.1服务项目 0403.2.2项目管理的定义与特点 0413.3服务项目应用方法 0423.3.1项目的系统思想 0423.3.2项目生命周期理论 0423.3.3项目过程管理 0423.3.4项目知识领域 0423.3.5项目管理工具 0433.4服务项目管理內容 0443.4.1服务项目计划的编制 0443.4.2服务项目计划的实施 0443.5服务项目管理过程 0453.5.1服务项目组织管理 0453.5.2服务项目进度管理 0453.5.3服务项目质量管理 0463.6服务项目应用实例 0463.6.1科研服务项目管理 0463.6.2物流服务项目管理 047本章小结 048思考练习题 0484服务需求管理学习目的 0494.1服务需求管理基础 0504.1.1解决服务需求波动问题的基本方法 0504.1.2管理生产能力 0514.1.3了解服务需求模式及其决定因素 0524.1.4管理服务需求的策略 0534.2服务需求预测概述 0544.2.1服务需求预测的概念 0544.2.2服务需求预测的重要性 0544.2.3服务需求预测应考虑的因素 0554.3服务需求预测模型 0554.3.1预测模型分类与特点 0554.3.2主观模型 0564.3.3因果模型 0584.3.4时间序列模型 060本章小结 063思考练习题 0635服务营销管理学习目的 0645.1服务营销学简介 0655.1.1服务营销学产生的背景 0655.1.2服务营销学发展的三个阶段 0655.1.3服务业及其构成要素 0665.1.4服务营销学的研究对象与理论基础 0685.2服务营销组合 0685.2.1产品(product) 0685.2.2定价(price) 0705.2.3渠道(place) 0715.2.4促销(promotion) 0715.2.5人(people) 0715.2.6有形展示(physical evidence) 0715.2.7过程(process) 0725.3内部营销 0725.3.1内部营销的概念 0725.3.2内部营销的要素 0725.3.3内部营销的推行 0735.4管理营销沟通 0735.4.1营销沟通概念与类型 0735.4.2口碑营销 0745.4.3管理营销沟通的原则 0765.5企业形象管理 0775.5.1企业形象的重要性 0775.5.2企业形象管理的内容 0775.5.3企业形象管理的原则 078本章小结 079思考练习题 0806服务质量管理学习目的 0816.1服务质量及其评价控制 0826.1.1服务质量的概念及特征 0826.1.2服务质量的SERVQUAL评价方法 0836.1.3服务质量的控制 0856.2服务质量管理基础 0876.2.1服务质量管理的难点与原则 0876.2.2服务质量测量方法 0886.3服务质量管理方法和模式 0906.3.1服务质量管理方法 0906.3.2服务质量管理模式 0926.3.3服务质量管理信息系统 0946.3.4服务补救 097本章小结 098思考练习题 099第3篇 客户关系管理7客户关系管理概述学习目的 1027.1客户关系管理的定义与内涵 1037.1.1客户、关系和管理 1037.1.2客户关系管理的定义 1037.1.3客户关系管理的内涵 1057.2公共关系与关系营销 1067.2.1公共关系与关系营销概念 1067.2.2网络环境下的公共关系管理 1077.2.3网络环境下的客户关系管理 1087.3客户关系分类 1097.3.1按不同水平的分类 1097.3.2按不同形态的分类 1107.4客户价值发现原理 1127.4.1客户价值 1127.4.2帕累托价值法则 1137.4.3客户价值评价方法与过程 114本章小结 115思考练习题 1158客户满意与客户忠诚学习目的 1168.1客户满意度指数模型 1178.1.1模型介绍 1178.1.2客户购买决策过程 1178.1.3客户需求结构 1188.1.4客户期望 1198.1.5客户对质量的感知 1208.1.6客户对价值的感知 1208.1.7客户满意度 1218.1.8客户抱怨 1228.2客户满意度指数测评体系 1238.2.1测评指标体系的组成 1238.2.2测评指标的量化 1238.2.3测评指标权重的确定 1248.2.4建立测评指标体系的步骤 1268.3客户忠诚分析 1268.3.1客户忠诚的概念理解 1268.3.2客户忠诚的分类 1278.3.3客户忠诚的类型分析 1278.3.4超值客户的行为 1288.3.5客户忠诚的成分 1288.3.6客户忠诚度指标体系 1288.3.7客户满意与客户忠诚关系的静态分析 1288.3.8客户满意与客户忠诚关系的动态分析 1308.4客户体验设计理论 1318.5客户关系维系 1338.5.1“漏斗”原理 1338.5.2客户关系维系的作用 1338.5.3客户维系策略的组成 1348.5.4客户维系策略的层次 135本章小结 136思考练习题 1369客户模型规划学习目的 1379.1客户行为分析 1389.1.1基于购买动机类型的客户分类 1389.1.2客户行为分析与分类管理 1389.2客户行为模型 1409.2.1

<<服务管理>>

标准人模型 1419.2.2心理印记模型 1429.2.3消费行为内驱因素模型 1439.3客户生命周期 1449.3.1客户关系发展的四阶段模型 1449.3.2客户生命周期的划分及各阶段特点 1459.4客户交易模式 1479.4.1客户购买决策和交易 1479.4.2客户交易模式介绍 148本章小结 149思考练习题 14910客户关系管理系统学习目的 15010.1客户关系管理系统的一般模型 15110.2客户关系管理系统的组成 15210.2.1接触活动 15210.2.2业务功能 15410.2.3数据仓库 15410.3客户关系管理系统的技术功能 15410.4客户关系管理系统的分类 15610.4.1运营型CRM 15610.4.2分析型CRM及其主要功能 15710.4.3分析型CRM的四个阶段 15810.4.4分析型CRM的核心技术 16010.4.5运营型CRM与分析型CRM的关系 161本章小结 161思考练习题 16211客户关系管理的实施方法学习目的 16311.1客户关系管理实施的方法论 16411.2五阶段和六阶段实施方法 16511.2.1五阶段实施方法 16511.2.2六阶段实施方法 16511.3九阶段实施方法 16711.3.1项目准备 16711.3.2项目启动 16811.3.3业务蓝图的初步确定 17111.3.4选择合适的CRM产品 17211.3.5CRM流程测试 17211.3.6二次开发与确认 17311.3.7会议室导航 17411.3.8切换 17411.3.9新系统支持 174本章小结 175思考练习题 175第4篇 电子商务管理12IT服务管理学习目的 17812.1IT服务管理理论的发展 17912.1.1IT服务管理的产生背景 17912.1.2IT服务管理相关概念及本质 17912.1.3IT服务管理的发展 18012.2ITIL简介 18112.2.1ITIL的产生与发展 18112.2.2ITIL的特点 18112.2.3ITIL的内容与框架 18212.3ITIL的核心流程 18412.3.1服务支持流程 18412.3.2服务提供流程 18612.4国内外实施ITIL的现状与市场展望 18612.4.1国外实施ITIL现状 18612.4.2国内实施ITIL现状 18712.4.3市场展望 18712.4.4应用ITIL的误区 189本章小结 190思考练习题 19013电子商务服务管理学习目的 19113.1电子商务服务概述 19213.1.1电子商务服务的定义 19213.1.2电子商务服务的特征 19213.1.3电子商务服务的模式 19213.1.4电子商务服务业概述 19313.1.5电子商务服务质量 19513.2电子商务服务信任 19613.2.1电子商务服务信任的概念与可信度 19613.2.2电子商务服务信任模型与信任关系 19813.3电子商务服务信誉 19913.3.1电子商务服务信誉的概念与度量 19913.3.2电子商务服务信誉模型与信任关系 20013.4电子商务服务网站质量评价 20013.4.1电子商务服务网站评价指标体系 20013.4.2电子商务服务网站质量的综合评价模型 20413.4.3电子商务服务网站质量诊断 20513.5基于Web2.0的电子商务服务实践 20713.5.1博客的定义以及博客营销 20713.5.2播客的定义以及播客营销 20813.5.3威客的定义及其应用 20913.5.4DIGG的定义及其应用 21013.5.5WIKI的定义及其应用 21113.5.6电子杂志的定义及其应用 211本章小结 212思考练习题 21214移动服务管理学习目的 21314.1移动服务综述 21414.1.1移动商务与移动服务的兴起 21414.1.2移动服务的定义 21414.1.3移动服务的特点 21514.1.4移动服务的分类 21714.1.5实现移动服务的技术 21814.1.6移动服务的发展趋势 22014.2移动服务的商业模式 22114.2.1商业模式的参与者 22114.2.2主要商业模式 22114.2.3移动运营商的商业模式 22214.3移动服务的价值链分析 22314.3.1移动服务的价值链 22314.3.2移动服务价值链的六个环节 22514.3.3移动网络运营商的角色分析 22614.4移动应用基础设施的支撑者 22714.4.1应用网关/平台供应商 22714.4.2移动应用服务供应商 22814.4.3移动互联网服务供应商 22914.4.4移动基础设施支撑者 229本章小结 230思考练习题 23015云计算服务管理学习目的 23115.1云计算概述 23215.1.1云计算基本概念 23215.1.2云计算的特点 23215.1.3云计算体系结构 23315.1.4云计算关键技术 233.....

<<服务管理>>

编辑推荐

汤兵勇主编的《服务管理(普通高等教育电子商务十二五系列规划教材)》共分4篇,分别为服务管理基础、服务管理实务、客户关系管理和电子服务管理。

本书主要讨论了服务与服务管理的基本知识、现代服务的特征和现代服务管理的创新理念、现代服务学的基础框架、服务管理的经济学和管理学基础、IT服务管理的本质与内容、电子商务服务管理特征与模式等;阐述了客户关系管理和服务管理实务的具体应用方法等;并着重加强了新一代电子服务管理中的移动服务和云计算服务管理的内容探讨。

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>