

<<服务管理>>

图书基本信息

书名：<<服务管理>>

13位ISBN编号：9787509206355

10位ISBN编号：7509206359

出版时间：2010-3

出版时间：中国市场出版社

作者：张淑君 编

页数：234

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>

## <<服务管理>>

### 前言

当今世界，现代服务业在各国经济中的地位和作用越来越重要，其兴旺发达的程度不仅是衡量现代化水平的一个重要标志，也是经济全球化背景下决定一个国家国际竞争力强弱的关键因素。党的十七大报告提出，加快转变经济发展方式，推动产业结构优化升级，这是关系国民经济全局的紧迫而重大的战略任务。

因此，必须大力发展现代服务业，提高服务管理水平。

服务管理是一门研究服务业运行及发展规律的新兴学科。

对服务管理问题的集中研究要追溯到20世纪70年代，北欧的一些营销人员发现，如果将基于实体产品的营销理论和方法应用于服务业，将会陷入“管理陷阱”。

因此，服务业需要不同于制造业的新的管理理论和方法。

他们根据营销活动中的服务、服务产出和服务传递过程的特性，进行了大量卓有成效的研究，提出了一系列新的模型、概念和工具，并把这些研究成果归类为“服务营销”。

作为服务管理的一个研究领域，服务营销对服务管理理论体系的形成具有重要作用。

## <<服务管理>>

### 内容概要

本书立足于当代国内外服务管理理论和实践前沿，结合我国实际，系统介绍了服务管理所涉及的基本理论和方法。

全书共十章，按战略与设计、运营与控制的逻辑顺序，系统介绍了服务战略、服务设计与开发、服务设施选址与布局、服务接触、服务供求管理、排队管理、服务质量管理、服务失败与补救、服务存货管理等实现服务管理与控制的理论及方法。

本书按教材的体系编写，各章设有要点提示、内容小结、思考题，并附大量可供研究、讨论的案例，较适于作高等院校经管专业本科生、研究生及MBA的教材或教学参考书，服务型企业管理人员的培训教材以及服务管理研究和咨询顾问从业人员的职场修研参考书。

#### 作者简介

张淑君，经济学博士。

现任中央财经大学商学院教授，硕士研究生导师。

长期从事企业管理的科研和教学活动，注重理论与实践的结合，对社会相关领域前沿及热点问题有独到的学术见解。

参与数项社科基金课题研究；在《中国财经报》、《中国经济导报》、《市场报》等报刊杂志发表学术论文数十篇；主编、参编教材二十余部，其中《市场营销学》被评为“北京市高等教育精品教材”

。

## &lt;&lt;服务管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 服务管理概述 第一节 服务在国民经济中的作用 一、基本范畴的界定 二、服务业与  
 社会经济的发展 三、我国大力发展服务业的意义 第二节 服务的特性与类别 一、服务的特性  
 二、服务的类别 第三节 服务管理理论的形成与发展 一、服务管理理论的发展阶段 二、服  
 务管理的研究对象与研究方法 第二章 服务战略 第一节 服务战略的概念与特征 一、服务战略的  
 概念 二、服务竞争的特殊性 第二节 一般性服务竞争战略 一、全面成本领先战略 二、差  
 异化战略 三、集中化战略 第三节 服务竞争战略的制定 一、基本要素 二、整合要素 第三  
 章 服务设计与开发 第一节 新服务的开发 一、新服务的概念与类型 二、服务设计与开发的  
 动因 三、新服务开发的过程 第二节 服务流程设计 一、服务蓝图 二、服务流程选择  
 三、服务设计的原则 四、服务设计的方法 第四章 服务设施选址与布局 第一节 服务设施设计概  
 述 一、服务场景 二、服务设施设计的影响因素 第二节 服务设施选址 一、服务设施选址  
 的影响因素 二、服务设施选址的方法 第三节 服务设施布局 一、服务设施布局的原则 二  
 、服务设施布局的方法 三、不同类型服务组织的设施布局 第五章 服务接触 第一节 服务接触的  
 三元组合 一、服务接触的概念与类别 二、服务接触的三元组合 第二节 服务交锋时刻 一  
 、服务交锋的概念与特点 二、服务交锋的构成要素 三、加强服务交锋的管理 第三节 服务利  
 润链 一、服务组织的内部质量驱动员工满意 二、员工满意带来高保留率和生产率 三、高  
 保留率和生产率创造高服务价值 四、高服务价值获得顾客满意 五、顾客满意培养顾客忠诚  
 六、顾客忠诚促进获利性提升与组织成长 第六章 服务供求管理 第一节 需求管理 一、服务需  
 求对供给的挑战 二、服务供求平衡的四种情况 三、了解消费需求 四、需求管理策略 第  
 二节 供给管理 一、服务规模 二、供给管理策略 第三节 收益管理 一、收益管理的适用  
 性 二、收益管理的应用 第七章 排队管理 第一节 排队系统 一、排队系统的概念与形式  
 二、排队系统的基本特征 第二节 排队模型 一、排队系统的主要运行指标 二、排队模型 第  
 三节 排队等待 一、等待心理 二、排队管理的非技术性手段 第八章 服务质量管理 第一节 服  
 务质量的内涵 一、服务质量的构成 二、服务质量的构成 三、服务质量要素 第二节 服务  
 质量管理的内容与方法 一、服务质量差距分析模型 二、服务质量评价方法 三、服务质量  
 的控制 第九章 服务失败与服务补救 第一节 服务失败 一、服务失败与产品失败 二、服务失  
 败对顾客的影响 三、顾客对服务失败的可能反应 第二节 顾客抱怨 一、顾客抱怨的分类  
 二、顾客抱怨的影响因素 三、顾客抱怨时的期望 第三节 服务补救 一、服务补救的意义  
 二、服务补救管理体系 三、服务补救策略的实施 第十章 服务存货管理 第一节 库存理论 一  
 、服务业存货的特点 二、库存系统的特征 第二节 订货模型与库存控制 一、订货批量模型  
 二、库存控制系统 三、易腐物品的单阶段模型 四、零售折扣模型 参考文献

## &lt;&lt;服务管理&gt;&gt;

## 章节摘录

3.对外开放程度低 我国服务业的开放晚于制造业，开放的程度也低于制造业。1992年才开始在北京、上海等城市和当时的5个经济特区试办中外合资或合作经营的商业零售企业。但商业零售、批发和物资供销仍被作为“国内商业”列入限制外资进入的领域，要求必须由中方控股。

人世前，中国已允许外商以合资形式在中国境内提供电信服务业务，但外商投资电信企业的注册资本不能低于一定的数额，如经营全国或者跨省份范围的基础电信业务的，其注册资本最低限额为20亿元人民币。

另外，对于外资在合资企业中所占股份也有一定的限制。

4.城市化滞后 城市化水平低也是我国服务业发展的制约因素。由于服务业发展的一个基本条件是人口聚集，即人口须达一定规模，服务企业才能盈利，才能作为产业来经营，所以，城市化水平的提高可以为服务业发展创造需求基础；另外，城市化水平和城市规模结构决定着服务业发展的规模和结构，一般来说，服务业规模与城市规模存在正相关的关系，高附加值的、为生产服务和新兴的服务业，往往是在大城市发展的。由于我国城市化水平相对较低，城市人口较少，致使服务产品的总体消费能力有限，服务业的发展规模及其对劳动力的需求也就受到了限制。

5.居民尤其农村居民收入水平低 居民服务需求的增长与居民收入水平的增长密切相关。改革开放以来，我国居民收入提高了10倍以上，但整体依然偏低。低水平的居民收入难以支持服务业的快速发展。

6.服务业人才缺乏 现代服务业，尤其是知识密集型服务业的发展，对从业人员水平的要求越来越高，需要大量的专门人才。由于长期以来，我国服务业的发展一直受到歧视和限制，服务业人才的培养也没有得到足够的重视，高层次服务人才短缺的现象比较严重，现代服务业人才匮乏，高素质人才资源不足，从而制约了服务业的发展。

7.与现代服务业相关的法律法规不够完善 目前的法律法规尚不能涵盖现代服务业的主干，有些方面还是空白。由于现代服务业的特殊性，很难用货物贸易的监管方式进行监管，只能通过市场准入、许可等方式进行控制，这就要求法律法规更加完善。

## 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>