

<<服务管理>>

图书基本信息

书名：<<服务管理>>

13位ISBN编号：9787302180487

10位ISBN编号：7302180482

出版时间：2008-7

出版时间：清华大学出版社

作者：蔺雷，吴贵生 编著

页数：474

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>>

内容概要

本书是一部系统介绍服务管理理论与实践的教材。

基于国外服务管理教材和作者的研究，紧密结合中国服务管理实践需求，本书从“基础知识”、“服务决策管理”、“服务运营管理”、“服务要素管理”和“行业服务管理”五方面对服务管理的基本理论与管理方法展开阐述，涵盖了服务管理的主要内容。

本书较现有教材有以下特色：新增了服务创新管理，制造与服务的融合、增强管理以及知识密集型服务管理等内容；加强了对服务战略决策的分析，加入了多个中国本土服务企业的案例，具有较强的针对性和实用性。

本书结构安排合理，语言通俗易懂，案例扼要、清晰，适于国内读者阅读和学习，并能为服务企业管理者 and 政策制定者提供借鉴。

本书可作为工商管理类专业本科生和研究生的教材，也可作为专业培训教材。

读者对象包括工商管理类专业本科生、研究生，MBA学生；服务业管理人员；服务业研究人员；企业高级管理人员；从事服务管理活动的相关人员。

作者简介

蔺雷，理学学士、硕士，管理学博士，目前在清华大学经济管理学院、教育部人文社会科学重点研究基地——清华大学技术创新研究中心从事博士后研究工作。

研究领域为服务创新与服务管理、技术创新、项目投融资评价。

近年来在国家重点核心期刊上发表学术论文20余篇，出版学术专著3

<<服务管理>>

书籍目录

第一篇 总论 第一章 服务与服务经济 第一节 服务的含义 第二节 服务的分类 第三节 服务经济
思考与练习题 第二章 服务管理概论 第一节 服务包 第二节 服务与服务运营的特性 第三节 服务
管理的内涵与特征 第四节 服务管理框架 思考与练习题 第二篇 服务决策 第三章 服务战略 第一节
制定服务战略的分析框架 第二节 环境分析:产业技术市场政策 第三节 企业内部因素分析 第四节
服务战略的内容框架 第五节 服务企业的竞争战略 第六节 服务企业的扩张战略 思考与练习题 案
例:“真功夫”的中式快餐梦 第四章 服务创新管理 第一节 服务创新管理框架 第二节 服务创新的
类型 第三节 服务创新的驱动力 第四节 服务创新的模式 第五节 服务创新的过程 思考与练习题
案例:中远集团的服务创新模式 第三篇 服务运营管理 第五章 新服务开发与服务设计 第一节 新服务
开发 第二节 服务设计 第三节 服务流程与服务蓝图 第四节 质量功能展开 思考与练习题 第六章
服务需求与生产能力管理 第一节 服务需求与生产能力的平衡 第二节 服务需求预测 第三节 需求
管理 第四节 生产能力管理 第五节 收益管理 思考与练习题 第七章 服务供应管理 第一节 服务供
应的双向关系 第二节 服务外包管理 第三节 服务库存管理与控制 思考与练习题 案例:YJ自行车公
司的年度库存计划 第八章 服务接触与传递 第一节 服务接触及三元组合 第二节 服务传递的参与者
与渠道模式 第三节 服务利润链 思考与练习题 案例:西尔斯公司借助服务利润链获得新生 ...
... 第四篇 服务要素管理 第五篇 行业服务管理参考文献

章节摘录

第一篇 总论 第一章 服务与服务经济 第一节 服务的含义 一、服务的定义方法 对服务的界定有多种方法，目前主要采用排除法、过程描述法、属性描述法、产品对比法界定服务概念。这些界定法的核心都是提炼和描述服务的内在特性。

排除法认为除了农业和制造业以外的行业都是服务行业，美国官方采用这种方法。

过程描述法认为服务是满足顾客需要的行动、过程与绩效，服务具有无形特性和交互作用的过程，通过与顾客的“合作生产”而使顾客得到利益和满足感。

属性描述法认为服务是提供时间、空间、方式或心理效用的经济活动，它是一个经济主体受让于另一个经济主体要素的使用权，顾客获得运动形态的使用价值，并且不会造成所有权的变换。

产品对比法从服务与产品的对比中界定服务，认为产品与服务的形态表现为连续变化的谱系，以可触知内容为主的称为有形产品，而以不可触知内容为主的称为服务。

本书从以下几个维度界定服务概念。

〔1〕服务是一种行为和过程及其造成的结果，而非实物形态，它是一种运动形态的使用价值。

〔2〕服务的生产和消费是同时或几乎同时进行的。

〔3〕服务在交易中的所有权不发生改变，只有使用权会发生改变。

〔4〕服务概念涵盖的范围很广，服务本身包含质性，不同服务行业的概念界定各有侧重。

以上是按典型的服务进行界定的。

实际上，服务与产品之间存在交叉。

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>