

<<服务管理>>

图书基本信息

书名：<<服务管理>>

13位ISBN编号：9787503232541

10位ISBN编号：7503232544

出版时间：2007-8

出版时间：中国旅游

作者：王丽华

页数：562

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

顾客需要高品质的服务，各种组织面临的最大挑战就是顾客对服务品质的日益增长的需求，服务管理正是满足顾客需求的一种新的管理模式。

本书吸收了国内外服务管理理论的研究成果，系统地阐述了服务管理的基本原理和构架。全书包括服务管理系统的五部分内容：第一部分为服务概述，包括服务管理研究的历史、服务经济、服务的性质、服务的分类；第二部分为顾客研究，包括服务的选择与评价、顾客的期望与感知；第三部分为服务竞争战略，包括服务战略，服务流程、服务组织；第四部分为服务的传递，包括服务接触、服务能力、服务质量；第五部分为组织形象和可持续性发展的研究，包括服务满意、服务保证、形象管理和服务扩张。

本书的思路是从宏观到微观、从过去到未来、从理论到实践、从服务态度理念到服务管理知识再到服务传递技巧，有利于学生全面掌握服务有关的理论知识，提高识别和满足顾客需求的能力。

本书适合本科院校旅游管理专业、酒店管理专业、金融专业、公共管理专业等的教学使用，也可供学习研究服务管理的各类人员阅读。

<<服务管理>>

作者简介

王丽华，女，辽宁大连市人，东北财经大学旅游与酒店管理学院副教授，留日学者，管理学博士生。主编《现代医院服务》、《旅游规划学》等多部教材，在《中国软科学》等刊物发表论文多篇。为旅游、医疗、金融等多个领域提供了服务管理的培训和咨询服务。

<<服务管理>>

书籍目录

第1章 导论 第1节 服务管理理论的发展阶段及特征 第2节 服务的全面管理思想 第3节 服务管理的研究体系与方法第2章 服务的特性 第1节 服务概念的界定 第2节 服务产品构成 第3节 服务产品的特征第3章 服务分类 第1节 托马斯分类法 第2节 蔡斯分类法 第3节 施曼纳分类法 第4节 罗伍劳克分类法第4章 服务选择与评价 第1节 服务消费理论 第2节 服务购买决策过程 第3节 服务消费特征第5章 服务期望与感知 第1节 顾客的服务期望 第2节 顾客的服务感知 第3节 与顾客的沟通第6章 服务战略 第1节 服务系统的战略性要素 第2节 服务价值模型 第3节 服务价值链模型 第4节 服务竞争环境 第5节 服务竞争战略选择 第6节 服务竞争战略制定 第7节 服务定价第7章 服务流程 第1节 服务流程分类 第2节 服务流程设计的方法 第3节 服务流程中的瓶颈现象 第4节 服务系统的总体描述第8章 服务组织 第1节 有效的服务组织 第2节 服务企业组织结构 第3节 服务组织文化第9章 服务接触 第1节 服务接触 第2节 服务交互性质 第3节 服务交互管理 第4节 服务交互模型 第5节 服务关键时刻模型第10章 服务能力 第1节 服务能力和服务需求的关系 第2节 服务供需平衡的策略 第3节 服务能力管理 第4节 服务生产率提升 第5节 排队管理第11章 服务质量 第1节 服务质量要素 第2节 感知服务质量模型 第3节 服务质量差距模型 第4节 服务质量的测量 第5节 服务质量控制第12章 服务满意 第1节 服务质量与服务满意关系 第2节 顾客满意度的生成因素 第3节 顾客满意度衡量第13章 服务保证 第1节 服务承诺 第2节 服务授权 第3节 服务补救第14章 服务形象 第1节 形象的特征 第2节 形象的价值 第3节 形象的目标群体第15章 服务扩张 第1节 服务的创造与复制 第2节 服务成长与扩张战略 第3节 特许经营 第4节 全球化战略主要参考文献后记

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>