

<<旅行社产品质量管理研究>>

图书基本信息

书名：<<旅行社产品质量管理研究>>

13位ISBN编号：9787503244018

10位ISBN编号：7503244011

出版时间：2012-5

出版时间：中国旅游出版社

作者：田里，李柏文 著

页数：229

字数：230000

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>

<<旅行社产品质量管理研究>>

内容概要

田里、李柏文所著的《旅行社产品质量管理研究》把质量监测和持续跟踪理论有机地植入到旅行社服务质量体系，构建了全新的旅行社服务质量监测、评价和持续改进的旅游服务质量测度和管理框架，并分别以昆明地区和云南民族大学旅行社为案例，《旅行社产品质量管理研究》剖析和展示了旅行社“全过程、全时候和持续改善”的质量管理技术、方法和业务流程。

<<旅行社产品质量管理研究>>

书籍目录

前言

第一章 绪论

一、国内外发展背景

- (一) 服务业发展现状与动态
- (二) 旅游业发展背景
- (三) 旅行社行业发展背景
- (四) 问题提出及研究意义

二、国内外研究背景

- (一) 服务业研究现状与动态
- (二) 旅行社研究现状与动态

三、研究内容与方法

- (一) 研究内容
- (二) 研究方法

第二章 服务质量测度研究回顾

一、服务质量研究

- (一) 绝对质量观
- (二) 相对质量观
- (三) 综合质量观
- (四) 质量观研究评述

二、服务质量测度技术和方法

- (一) 质量指数测度
- (二) 质量模型测度

三、旅行社产品质量研究

- (一) 国外研究现状
- (二) 国内研究现状
- (三) 研究评述

第三章 旅行社产品质量基本理论

一、旅行社产品概念分析

- (一) 对旅行社核心职能的鉴别
- (二) 旅行社产品概念界定
- (三) 旅行社产品的内涵
- (四) 旅行社产品的表现形式
- (五) 旅行社产品的性质

二、旅行社质量分析

- (一) 质量概念分析
- (二) 服务质量概念的界定
- (三) 旅行社产品质量

第四章 旅行社质量分析理论：界面理论与SERVQUAL

一、界面界定

- (一) 理论概述
- (二) 理论描述
- (三) 理论运用

二、SERVQUAL方法

- (一) 理论概述
- (二) 理论描述

<<旅行社产品质量管理研究>>

(三) 理论运用

第五章 顾客产品质量分析理论：TRaC&MAP

一、QTRaC&MAP理论

(一) 质量结果持续跟踪

(二) 产品接触度测量与绩效管理

二、质量仪表盘表格的生成

(一) 细分表

(二) 监测表

(三) 评估表

第六章 顾客产品质量管理内容与实施

一、顾客产品质量管理的内容

(一) 质量管理的对象

(二) 服务产品过程研究

(三) 顾客产品过程与内容

二、质量持续改进模式

(一) 质量持续改进模式的研究

(二) 顾客产品质量持续改进模式

第七章 旅行社产品质量因素实证分析

一、实证对象

(一) 实证对象选择的原则

(二) 对象选择

二、因素分析流程设计

(一) 研究的技术支撑

(二) 流程设计的原则

(三) 因素分析流程设计的步骤

(四) 旅行社产品质量要素分析流程

三、问卷设计

(一) 因素赋值问卷设计(问卷1)

(二) 旅行社产品总体质量满意度问卷设计(问卷2)

(三) “过程—要素”问卷设计(问卷3)

四、数据样本采集

(一) 因素赋值样本采集

(二) 总体质量分析样本采集

(三) “过程—要素”样本采集

(四) “关键质量要素”样本采集

五、样本分析

(一) 旅行社产品质量要素确定

(二) 旅行社产品总体质量状况分析

(三) “过程—要素”样本分析

(四) 关键质量因素分析

六、案例结论与展望

(一) 研究结论

(二) 研究展望

第八章 旅行社企业实证分析与数据处理

一、旅行社顾客产品概念界定

(一) 概念界定

(二) 案例选择

<<旅行社产品质量管理研究>>

二、顾客产品质量战略与计划

(一) 质量战略目标

(二) 产品质量计划

三、旅行社顾客产品质量测度与管理

(一) 研究设计与方法

(二) 数据分析与发现

(三) 质量改进与管理建议

第九章 研究结论与展望

一、研究结论

(一) 理论结论

(二) 实证结论

(三) 研究创新

二、研究缺憾

(一) 理论缺陷

(二) 实证缺憾

三、研究展望

(一) 顾客产品概念再研究

(二) 顾客产品的经济分析功能研究

(三) 顾客产品质量测度与管理理论应用研究

参考文献

<<旅行社产品质量管理研究>>

章节摘录

2.服务类产品周期链（PCC）模型 产品周期链模型（PCC：Product Cycle Chain）。

PCC是指产品从设计、生产、实施和服务等为一体的生命周期过程。

PCC是一个闭环系统，后续的过程可反馈到先前过程，从而使产品更优化，更符合用户需求，更能提高顾客满意度和竞争力。

服务类产品的PCC过程如图6.2所示。

服务类产品PCC包括服务产品的策划与设计、开发与建设、运行与维护以及销售/营业/收费/顾客服务等产品全过程。

闭环PCC过程是ISO9000：2000中质量持续改进的体现，也是对“以顾客为关注对象（ISO9000：2000）”的具体诠释。

服务企业的目的是让顾客满意而取得利润，在实践中是优化PCC过程，尽可能地加快PCC过程，并不断改善产品以满足顾客。

闭环PCC过要的信息系统支持，建设一个可以执行服务任务的完整系统。

系统/营业/顾客服务：对顾客提供服务的阶段，完成向服务销售、服务提供和解决问题等过程，是直接面向顾客的阶段。

服务系统包括前台和后台，服务前台是销售人员、营业人员和顾客服务人员，后台是服务执行过程所涉及的一系列相关人员和系统。

要对系统进行实时的运行和维护管理，保持系统提供持续的服务。

顾客：服务产品的最终享受者，只能与前台人员打交道，并通过多次的业务往来和问题解决形成一个环形过程，是服务类企业的对外过程。

需要注意的是不同的服务类产品其产品过程的具体内容不同，企业业务流程的具体内容自然不同。

“服务业产品的双环系统模型”只是提供了一个模型和一个规范，以这个模型为基础对服务类产品进行分门别类地研究分析。

.....

<<旅行社产品质量管理研究>>

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>