

<<服务管理>>

图书基本信息

书名：<<服务管理>>

13位ISBN编号：9787111200383

10位ISBN编号：7111200381

出版时间：2007-1

出版时间：机械工业出版社

作者：[美]詹姆斯·A·菲茨西蒙斯,莫娜·J·菲茨西蒙斯

页数：462

译者：张金成,范秀成

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

机械工业出版社分别于2000年3月和2003年2月出版了我们的译著《服务管理：运作、战略和信息技术》之不同版本（原著的第2版和第3版）。

这本由美国得克萨斯大学奥斯汀分校的詹姆斯 A. 菲茨西蒙斯教授与其夫人合著的世界著名的服务管理教材，在中国读者中引起了非常广泛和深刻的反响。

它不仅已被许多高校采用为研究生和本科生的教材或重要的教学参考书，而且已成为从事服务管理工作的企业管理人员和服务管理研究人员的重要阅读书目，同时也受到管理咨询公司的关注。

身为服务运营研究领域的开拓者，菲茨西蒙斯教授夫妇在教学和学术研究中孜孜不倦，对自己的研究成果精益求精，不断完善和更新，他们于2006年发表了这本书的第5版。

受机械工业出版社委托，我们再次把此书译成中文，奉献给全国广大的读者。

我们在前两个版本的译者序中，曾对20世纪30年代的经济学家对三个产业发展趋势的观点和预测、经济发达国家服务经济蓬勃发展的状况以及服务管理实践和研究的发展动因进行过回顾与评析。

令人兴奋的是，不仅发达国家服务经济仍在继续发展，色彩纷呈的服务管理学术研究也已经形成一条亮丽的风景线，而且，在本土经济、知识、技术和全球化力量的推动下，服务经济以及服务管理的实践和理论，近年来在发展中国家也以引人注目的势头发展起来。

1988年和1987年我国服务业占GDP和劳动力的比例分别仅为13.8%和10.2%，现在这两个数字都已经接近35%。

《中华人民共和国2001年国民经济和社会发展公报》显示，北京、上海、天津和重庆四大直辖市第三产业的比重已分别达58.9%、50.6%、46.9%和41.8%。

伴随着经济成分和产业结构的巨大变化，我国现代服务业及其管理的发展与研究，近年来正在从宏观到微观，从中央到各省市，从学术界到实业界，普遍、快速地增长，与此同时，也在企业规模、竞争机制、服务业内部结构、地区差异、技术手段、管理水平等方面提出了许多有待研究和解决的问题。

随着我国经济发展以及计算机和信息技术的广泛应用，中国已被推进到大规模服务革命的边缘。

这场革命需要技术、理论和知识，需要在吸纳国外先进的服务管理实践经验和理论研究成果的基础上，创建具有中国特色的现代服务管理理论和发展战略。

愿此译著能对普及服务管理教育、促进服务管理的学术研究、指导服务管理实践，起到一些推动的作用。

此书在不断更新的过程中，既一直保留着服务战略、产品开发设计、设施定位、需求预测、产能计划、质量控制等核心内容，又针对服务环境的变化和科学技术的发展，及时地吸纳和增加了体验经济、项目管理、供应链管理、电子服务、全球服务等现代服务管理的理念、理论和技术方法；既在体系的科学完整性、内容的丰富涵盖性、描述的清晰严谨性上精益求精，不断锤炼改进，又在最新案例和补充阅读资料的精选与追加、课堂讨论主题和课外练习的精心再设计上与正文的改进相辅相成，相得益彰。

本书是奠定服务管理知识基础与体系的经典之作。

本次新版本的翻译工作是由张金成教授主持完成的。

范秀成、卞晓青、曹花蕊、傅红梅、郝胜宇、韩炜、刘向东、朱雅彦等完成了各章的初译，张金成、卞晓青对全书初稿进行了校对和修改，最后由张金成统稿、定稿。

翻译不妥之处，敬请读者批评指正。

张金成 范秀成 2006年9月于南开大学

## <<服务管理>>

### 内容概要

本书是詹姆斯A.菲茨西蒙斯和莫娜J.菲茨西蒙斯历时两年，于2006年推出的最新版。

本书延续了以前各版的优势，并新增了对抵押服务的讨论：（1）本书自始至终以通过服务管理赢得竞争优势为主线；（2）将营销、运营和人的行为作为服务管理的核心；（3）特别突出了服务传递系统的特征；（4）收录了收益管理、数据开发分析和计算机仿真等技术。

内容丰富，紧扣信息时代的发展，讲解深入浅出，是一本非常优秀的教材。

#### 作者简介

詹姆斯A.菲茨西蒙斯，先后获得密歇根大学工业工程理学学士学位、西密歇根大学工商管理硕士学位，加利福尼亚大学洛杉矶分校博士学位。

## &lt;&lt;服务管理&gt;&gt;

## 书籍目录

|     |      |    |           |                           |                   |                        |
|-----|------|----|-----------|---------------------------|-------------------|------------------------|
| 译者序 | 作者简介 | 前言 | 第一部分 了解服务 | 第1章 服务在经济中的作用             | 1.1 本章概要          | 1.2 服务的定义              |
|     |      |    |           | 1.3 服务生产的依赖性              | 1.4 经济演进          | 1.5 经济发展的几个阶段          |
|     |      |    |           | 1.6 服务业的性质                | 1.7 体验经济          | 1.8 服务经济增长的源泉          |
|     |      |    |           | 1.9 小结                    | 关键术语及其定义          | 讨论题                    |
|     |      |    |           | 互动练习                      | 参考文献              | 第2章 服务的性质              |
|     |      |    |           | 2.1 本章概要                  | 2.2 服务分类          | 2.3 服务包                |
|     |      |    |           | 2.4 服务运营的特征               | 2.5 具有战略启示的服务分类   | 2.6 服务的开放系统观点          |
|     |      |    |           | 2.7 小结                    | 关键术语及其定义          | 讨论题                    |
|     |      |    |           | 互动练习                      | 放眼“盒”外            | 案例2-1 沃尔沃村             |
|     |      |    |           | 案例2-2 Xpresso 润滑油公司       | 参考文献              | 第3章 服务战略               |
|     |      |    |           | 3.1 本章概要                  | 3.2 战略性服务概念       | 3.3 把握服务竞争环境           |
|     |      |    |           | 3.4 服务竞争战略                | 3.5 在市场中赢得顾客      | 3.6 信息在服务业中的竞争作用       |
|     |      |    |           | 3.7 虚拟价值链                 | 3.8 制约信息利用的因素     | 3.9 利用信息将顾客分类          |
|     |      |    |           | 3.10 服务性企业竞争力阶段           | 3.11 小结           | 关键术语及其定义               |
|     |      |    |           | 讨论题                       | 互动练习              | 服务标杆：中心市场避开传统做法和著名产品   |
|     |      |    |           | 案例3-1 美国西部航空公司            | 案例3-2 无处不在的小曲奇饼店铺 | 案例3-3 Alamo Drafthouse |
|     |      |    |           | 附录3A 数据包络线分析(DEA)         | 案例3-4 中大西洋巴士公司    | 参考文献                   |
|     |      |    |           | 第二部分 构建服务企业               | 第4章 新服务开发         | 第5章 服务中的技术             |
|     |      |    |           | 第6章 服务质量                  | 第7章 服务接触          | 第8章 支持设施               |
|     |      |    |           | 第9章 服务设施定位                | 第10章 项目管理         | 4第三部分 管理服务运营           |
|     |      |    |           | 第11章 服务需求预测               | 第12章 生产能力和需求管理    | 第13章 排队管理              |
|     |      |    |           | 第14章 排队模型与能力规划            | 第15章 服务供应关系       | 第16章 辅助物品管理            |
|     |      |    |           | 第17章 服务成长和服务全球化           | 附录A 标准正态分布的面积值    | 附录B 均匀分布随机数表 [ 0 , 1 ] |
|     |      |    |           | 附录C M / M / c 排队模型中的 Lq 值 | 附录D 排队模型          |                        |

<<服务管理>>

编辑推荐

《服务管理：运作、战略与信息技术》是詹姆斯A.菲茨西蒙斯和莫娜J.菲茨西蒙斯历时两年，于2006年推出的最新版。

## 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>