

<<服务性企业战略管理>>

图书基本信息

书名：<<服务性企业战略管理>>

13位ISBN编号：9787301200438

10位ISBN编号：7301200439

出版时间：2011-12

出版单位：北京大学出版社

作者：黄其新，陈伟军 编著

页数：175

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>

<<服务性企业战略管理>>

内容概要

本书结合中国服务性企业发展的现实需求，通过案例研究与理论分析相结合的方法，阐述了服务性企业开展战略管理的内涵和途径。

本书在观点表达和案例选材上均强调实践和可操作的原则，同时在体例编排上力求有所创新，强调通过核心概念、典型案例、背景知识、相关链接以及图片说明等形式帮助读者了解相关知识点。

本书既可作为专业教师和学生的教材用书，也可作为行业内工作人员的培训教材和业务参考书，还可作为对服务性企业战略管理感兴趣人士的学习读本。

<<服务性企业战略管理>>

书籍目录

第1章 理解服务性企业

1.1认识服务业

1.1.1一种与实体产品不同的商品形态

1.1.2服务业的发展

1.1.3快速发展的现代服务业

1.2 了解服务性企业

1.2.1服务性企业的一般分类

1.2.2服务性企业的运营特点

本章小结

本章思考题

第2章 服务性企业需要战略管理

2.1 日本7-ELEVEN为什么成功

2.1.1 日本7-ELEVEN的起源与发展

2.1.2日本7-ELEVEN背后的战略玄机

2.2战略是什么

2.2.1战略和战略管理

2.2.2企业战略的特点

2.2.3服务性企业战略管理的意义

2.3围绕“服务”制定战略

2.3.1顾客需要是服务战略的出发点

2.3.2顾客满意是服务战略的落脚点

2.3.3战略管理过程

2.3.4服务战略体系

本章小结

本章思考题

第3章服务性企业战略目标管理

3.1什么是共同愿景

3.1.1共同愿景的重要性

3.1.2稻盛和夫的觉醒

3.2服务性企业的愿景和使命

3.2.1服务性企业的愿景

3.2.2服务性企业的使命陈述

3.2.3使命和愿景的内部沟通与对外传播

3.2.4使命、愿景与战略的关系

3.3服务性企业战略目标的设定

3.3.1战略目标的特征

3.3.2战略目标的内容

3.3.3战略目标设定的过程

3.4服务承诺

3.4.1服务承诺的基本要素

3.4.2设计服务承诺的原则

3.4.3服务承诺的履行

本章小结

本章思考题

第4章服务性企业的战略环境分析

<<服务性企业战略管理>>

4.1 服务性企业的宏观环境分析

4.1.1 政治环境

4.1.2 经济环境

4.1.3 社会环境

4.1.4 技术环境

4.2 服务性企业的行业环境分析

4.2.1 服务行业竞争的总体特点

4.2.2 针对行业环境的具体分析

4.3 服务性企业的内部环境分析

4.3.1 经营资源

4.3.2 战略能力

4.3.3 竞争优势

4.3.4 核心能力

4.3.5 BCG矩阵分析法

.....

第5章 服务性企业的扩张战略

第6章 服务性企业的竞争战略

第7章 服务性企业战略实验

第8章 服务性企业战略控制与评价

参考文献

<<服务性企业战略管理>>

编辑推荐

《现代服务管理系列丛书：服务性企业战略管理》是全国服务管理研究领域第一套系列丛书，是全国多所著名高校长期从事服务管理理论和教学研究的著名专家教授近年的研究成果汇总。

丛书立足于现代服务业发展和相关从业人员的现实需要，强调理论与实践的有机结合，从“服务管理基础理论”和“服务行业应用指导”两个层面切入编写。

丛书内容涵盖现代服务管理研究和应用的主要领域，同时吸纳和研究了当前国内外现代服务业发展的前沿理论和热点、焦点问题。

本套丛书的出现将推进中国服务管理理论发展和学科体系建设，有助于提高我国现代服务业从业人员的专业素养和理论功底。

本套丛书既可作为高等院校相关专业的教材和参考书，也可作为现代服务业相关行业部门和企业的培训教材。

<<服务性企业战略管理>>

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>