

<<现代服务管理理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<现代服务管理理论与实践>>

13位ISBN编号：9787307074194

10位ISBN编号：7307074192

出版时间：1970-1

出版时间：武汉大学

作者：李枫林

页数：301

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>

## <<现代服务管理理论与实践>>

### 前言

“图书馆学情报学”是我国的习惯用法，是涵盖图书馆学、情报学、档案学、出版发行学等学科的名称。

在我国台湾被称为“图书馆与资讯科学”，英文为Library and Information Science。

美国也用Library and Information Studies来称谓这一学科。

1807年，德国学者马丁·施莱廷格（Martin Schrettinger，1772～1851）首次使用了“图书馆学”这一概念，1808年他又在《试用图书馆学教科书大全》中建立了以图书馆整理为核心的学科体系，标志着图书馆学学科正式诞生。

自1887年美国学者杜威（Melvil Dewey，1851～1931）在哥伦比亚大学创办世界第一所图书馆学校，1930年在卡内基基金的资助下芝加哥大学设立第一所图书馆学博士班课程以来，图书馆学开始走进大学殿堂，成为高等教育中的一个专业。

图书馆学教育在美国的兴起带动了全球图书馆教育的发展。

1919年英国在伦敦大学建立了图书馆学院。

目前，美国有56所美国图书馆学会（ALA）认可的图书馆学院，每年招收图书馆与情报学学生26 000人左右。

在施莱廷格后的两个世纪，图书馆学科不断变化。

特别是在20世纪50年代以来的冷战期间，美苏军备竞赛，两大阵营形成。

苏联卫星上天，美国实施阿波罗计划，科技文献激增。

科学家对文献信息的获取变得困难。

一门新型学科——情报学应运而生。

1963年美国文献工作学会正式更名为美国情报学会（ASIS）。

大量增设图书馆学与情报学硕士点、博士点。

## <<现代服务管理理论与实践>>

### 内容概要

服务业是一个极为庞杂的产业。

家政服务、理发是服务业，航空、维修是服务业，医疗、教育是服务业，企业咨询、无线通信也是服务业，他们在一些基本概念和规律上是相通的，但实际的运营情况又存在较大的差异性。

为了切合时代的要求，《现代服务管理理论与实践》选择现代服务业作为考察对象，重点讨论了服务接触、服务质量、服务营销、服务战略及服务创新五个方面的核心内容。

这里，现代服务业主要包括知识密集型服务业(如企业咨询、教育、医疗等)、在国民经济中占据重要地位的服务业(如通信、信息服务等)以及应用现代信息技术改造后的传统服务业(在线商店、网络银行等)。

## &lt;&lt;现代服务管理理论与实践&gt;&gt;

## 书籍目录

1 绪论	1.1 人类社会经济发展的历程	1.2 现代社会服务产业的发展	1.3 现代服务产业的相关概念
1.4 服务科学学科的兴起	2 服务的概念	2.1 服务的定义	2.2 有形产品与服务的区别
2.3 有形产品和服务的联系	2.4 服务管理	2.5 案例：社会公共服务——国家图书馆的数字化信息服务	2.6 案例：网络教育——正保教育集团的远程教育服务
3 服务的性质	3.1 服务的特性	3.2 服务的分类	3.3 服务包
3.4 服务利润链	3.5 案例：“绝对挑战”——网络招聘的三驾马车	3.6 案例：天下没有难做的生意——阿里巴巴第三方交易服务	4 服务系统
4.1 服务系统的定义	4.2 服务系统的特征	4.3 服务系统设计	4.4 服务蓝图
4.5 案例：“IBM就是服务”——IBM的服务转型	4.6 案例：网络旅游服务——携程网	5 服务接触	5.1 服务接触的性质
5.2 服务接触中的三种角色	5.3 服务接触中的价值创造	5.4 服务渠道管理	5.5 案例：社区卫生服务——居民健康的卫士
5.6 案例：与国际教育接轨——中欧国际工商学院	6 服务质量	6.1 服务质量的观念	6.2 服务质量设计
6.3 服务质量的评测	6.4 服务质量控制与改进	6.5 案例：生产性服务质量的测评——中国香港工程咨询服务	6.6 案例：因您而变——招商银行金融服务质量管理
7 服务营销	7.1 服务营销的特点	7.2 关系营销	7.3 服务市场细分与定位
7.4 服务营销组合	7.5 案例：动感地带——中国移动的市场细分	7.6 案例：我的e家——中国电信的整合服务	8 服务战略
8.1 战略性服务要素	8.2 服务竞争环境	8.3 服务竞争战略	8.4 服务扩张战略
8.5 案例：差别化战略——各具特色的展会	8.6 案例：全球化战略——达沃斯论坛	9 服务创新	9.1 服务创新特点
9.2 服务创新模式	9.3 新服务开发	9.4 服务创新评价	9.5 案例：网页搜索服务创新——从雅虎到谷歌
9.6 案例：管理模式创新——比尔及梅琳达盖茨基金会与福特基金会	10 结语	参考文献	

章节摘录

如果我们将人类的需求分为物质需求和非物质需求两部分，非物质需求的满足就是服务。如对食物、工具等的需求为物质上的需求，对信仰、音乐等的需求为非物质上的需求。在人类社会经济发展的初期，对物质需求的满足占据主流地位，人们通过对自然的征服和改造创造了大量的物质产品，满足了人类的物质享受。

我们现在所处的繁华社会就是人类长期对物质追求的结果。

除了物质需求外，人类社会生活中还有许多非物质上的需求。这些需求既包括个人的需求（如医疗上的需求），还包括由于在各种需求满足过程中产生出来的新的需求，如物流、信贷、销售、维修等。

更进一步，人类物质需求的本源，在满足最基本的生存要求以后，主要是对工具的需求：生产工具、交通工具、生活用具等。

这些大量的工具为人类的工作及生活的便利提供了保障，从经济上看，提高了劳动生产率。

人类在满足自身需求的过程中发现，劳动分工可以大幅度地提高生产效率。原本由个人生产的工序变成由几个人或更多人分工完成，一个相对完整的生产组织出现了，这就是我们所说的企业。

它是人类在满足自身需求过程中实现高效率的一种组织形式。

从企业诞生到现在，人们关注的大多是物质生产。在物质短缺时代，企业关注的是如何规模生产、如何降低成本和提高效益、如何增强功能及技术含量。

所有支持物质生产的部门和机构一般处于从属地位，我们所看到的价值增加和财富的增长都是物质化的东西。

而在物质相对丰富的今天，企业所考虑的问题要更进一步，那就是企业的产品如何更好地符合用户的要求，如何做到个性化和差异化。

<<现代服务管理理论与实践>>

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>