

<<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>