

<<电信运营管理>>

图书基本信息

书名：<<电信运营管理>>

13位ISBN编号：9787563518128

10位ISBN编号：7563518126

出版时间：2008-10

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：舒华英

页数：425

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

当今社会，人们对信息获取和沟通的工具的依赖不亚于对空气和水的依赖，这种工具的杰出代表就是网络和移动终端。

使用这些工具的人们不仅利用它获取信息和知识，进行人与人之间的各种目的的沟通；而且也在创造和发布新的信息和知识。

由此带来的人们的生活方式、工作方式、娱乐消费方式和内容都发生了革命性的变化，这一变化的连锁反应是社会经济运行、生产、交换规律已经发生和正在发生着深刻变化。

这一系列的变化影响了人类的生存环境，人们不得不面对变化、适应变化。

<<电信运营管理>>

内容概要

本书荟萃了作者所率团队近十年的研究成果。

全书除绪论外，分为六大篇，全面论述和讲解了转型期的电信运营的管理问题。

绪论主要介绍了电信业发展沿革、本书的结构和相关基础概念。

第一篇论述了电信运营战略的管理问题；第二篇论述了电信客户管理，包括客户需求的识别、分类以及客户保持等全生命周期管理；第三篇给出了电信产品的概念、定义了产品创新和管理；第四篇提出了运营企业的能力管理的理念，并且全面地论述了电信运营企业能力的预测、计划、投资、建设和管理；第五篇介绍了作为整个运营企业的支撑系统的IT管理问题；第六篇则从企业的整体运营角度分析了绩效考核的相关理论及应用。

全书内容新颖，理论和实际结合，通过案例的方式将理论阐述得更简洁易懂，每章还附有辅助性思考题。

本书可作为大学信息通信类本科高年级学生和研究生的教材使用；同时更适合电信运营企业以及电信产业链相关企业的高级管理人员作为参考。

作者简介

舒华英，教授，博士生导师，北京邮电大学BSR中心主任。
中国通信学会会士，政府特殊津贴专家。

主要研究领域专业方向：信息管理系统，通信网优化规划。
目前主要进行宽带IP网网络管理、计费，ERP、CRM信息系统及系统集成、知识创新方面的研究。
目前与电信运营公司及IT公司合作有多项课题在研，研究经费充足。

先后在北京邮电大学学报、通信学报、现代电信技术、日本电子通信学会志、IEEE等国内外期刊及国际国内学会、年会上发表论文40余篇。

近期的主要专著：《IP电话技术及其应用》已多次印刷和修订。

《移动互联技术及其应用》2001，人民邮电出版社。

先后承担了国家八六三计划、国家自然科学基金、八五攻关项目、国家科委、邮电部、北京市等纵向科研项目和邮电企业及其他企业的横向项目以及国际合作项目共30余项，都取得了优良的成就。其中的一些项目获得省部级科技进步奖奖励。

书籍目录

绪论一、为什么写本书二、电信运营发展历史简介三、电信运营管理概述四、本书的组织框架思考
题参考文献第一篇 电信运营战略管理第一章 电信运营战略的基本概念第一节 运营战略一、运营
战略的基本概念二、运营战略与企业战略体系第二节 电信运营战略的特殊性一、服务运营战略的
特殊性二、电信运营战略思考题第二章 电信运营战略的管理第一节 电信运营战略的影响因素一、
电信运营战略制订的主要内容二、电信运营企业战略的影响因素分析三、企业外部环境因素四、企业
内部环境因素第二节 电信运营战略的定位模式一、全业务运营模式二、产业整合模式第三节 电信
运营战略的实施思考题第三章 电信运营战略的发展趋势第一节 电信运营产业结构的变化一、建立
战略联盟,重视产业链的合作共赢二、加强对移动终端的引导和管理三、与其他信息服务行业的融合加
剧第二节 市场与业务运营模式一、提供结合与集成化的信息产品是可持续发展的基础二、把握客户
需求,深入细分市场,拓宽服务领域三、运营商加强分销渠道整合,建立经营品牌效益第三节 端到
端的运营流程一、综合业务网络要求技术转型二、业务的多样化、宽带化、个性化、综合化推动了新
技术不断发展创新三、快速的市场呼应、精准的市场分析要求持续提高和优化网络能力四、通过网
络技术创新带动增值业务的创新与发展第四节 打造优秀的企业品牌一、建立学习型组织二、建立创
新型企业三、建立责任型企业思考题参考文献第二篇 电信客户管理第四章 新客户识别管理第一节
电信市场的概念一、电信市场的含义二、电信市场的基本特征第二节 电信市场细分一、电信市场
细分的含义和意义二、电信市场细分的标准三、电信市场细分的原则四、电信市场细分标准的选择五、
电信市场细分的方法和技术六、电信市场细分的步骤第三节 电信目标市场选择一、目标市场选择的
影响因素二、电信目标市场选择的标准三、电信目标市场选择过程四、电信目标市场选择的五种模式
第四节 电信目标客户价值沟通一、价值定位二、价值沟通思考题第五章 客户需求管理第一节 电
信行业的消费者心理一、消费者心理的基本概念二、消费者的个性心理特征三、电信客户消费心理
的基本类型四、电信客户消费心理的特点第二节 电信行业的消费者行为一、电信消费者行为二、电
信消费者行为研究模型第三节 电信客户顾客价值层次模型一、顾客价值二、伍德鲁夫顾客价值层次
经典模型三、电信客户顾客价值层次模型四、电信客户顾客价值层次构建方法第四节 电信客户需
求的动态监测一、影响电信客户需求变化的因素二、客户需求动态监测的基本研究方法三、该领域
面临的问题思考题第六章 电信客户保持管理第七章 电信客户挽留管理第三篇 业务与产品管理第八章
业务与产品的基本概念第九章 产品目录管理第十章 电信产品全生命周期管理第十一章 电信运营
企业产品管理案例第四篇 电信运营企业能力管理第十二章 能力管理概述第十三章 能力需求管理
第十四章 能力建设管理第十五章 运行维护第十六章 能力分析第五篇 IT应用与管理第十七章
电信企业IT规划第十八章 电信企业IT项目管理第十九章 电信企业IT服务管理第二十章 电信企
业IT治理第六篇 绩效管理第二十一章 绩效管理概述第二十二章 绩效管理系统第二十三章 某电
信运营企业绩效管理系统实践

章节摘录

传统的网络运营是以通信网络为基础建立的运营体系，网络投资计划、网络建设和网络管理足最主要的生产活动，即所有的运营以网络为中心，通过网络形成的能力向市场提供相应的通信产品，任何提升网络能力的新技术的出现都会极大推动产品的发展，进而刺激市场的发展，所以传统的电信运营呈现出显著的技术导向特征。

20世纪90年代末以后，通信普及率大幅度提升，市场的有序竞争也使得客户在同质化的产品中有了选择权，电信运营的重心逐渐转向客户及市场，对运营企业传统的网络运营体系提出了挑战，要求运营企业以促进市场发展和满足客户需求为中心来组织企业乃至产业的生产。

所以，在最近十年，各电信运营企业加大了对市场拓展、客户服务领域的投入，并不断探索更加高效的响应机制，而整个产业也不得不更加理智地站在市场发展空间的角度来配置自己的生产能力，即以市场导向为主、技术导向为辅。

这种技术导向与市场导向的“双轮驱动”打破了原有的产业格局，也深刻地影响r运营体系。

本书将建立适应当前电信发展环境的完整的电信运营管理体系框架，并将最新的前沿思考带给读者，以期对电信行业的持续发展尽微薄之力。

编辑推荐

《电信运营管理》内容新颖，理论和实际结合，通过案例的方式将理论阐述得更简洁易懂，每章还附有辅助性思考题。

《电信运营管理》可作为大学信息通信类本科高年级学生和研究生的教材使用；同时更适合电信运营企业以及电信产业链相关企业的高级管理人员作为参考。

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>