

课程名称：服务管理

一、课程编码：22-125100-C43-21

课内学时：32 学分：2

二、适用学科专业：工商管理专业硕士

三、先修课程：无

四、教学目标

《服务管理》是当前社会经济背景下 MBA 学员应该学习的重要课程之一。在全球化、信息化、网络化的当代，服务业在发达工业经济体中占有很大比重。例如，在美国，它约占 GDP 的 78%、占就业岗位的 80%。服务与我们的日常生活也息息相关，我们每天都离不开餐饮、运输、通讯、金融、能源、卫生保健等服务。此外，服务与商品也有截然不同的区别，它是无形的、异质的、易逝的、生产与消费同步的，而且涉及到与客户接触大量的分布式操作。这意味着管理服务业务与管理制造业务截然不同，需要专门的分析框架和工具。

本课程的目的是使 MBA 学员通过课程学习、案例讨论、游戏参与、实际项目调研与设计等，能够了解成功公司在服务管理方面的卓越实践，了解在网络时代各种服务创新的动态，形成系统理解服务管理的思维，掌握相关工具和方法，形成设计服务系统、服务型企业的的基本能力，并培养在相关领域进行商业模式创新、咨询、创业等方面的兴趣。

五、教学方式

讲授；案例讨论；课堂游戏；课外学习

六、主要内容及学时分配

第 1 讲	课程导论	2 学时
第 2 讲	顾客期望、顾客感知	2 学时
第 3 讲	顾客需求	2 学时
第 4 讲	顾客关系与服务补救	2 学时
第 5 讲	服务质量	2 学时
第 6 讲	服务战略	2 学时
第 7 讲	服务设计	2 学时
第 8 讲	服务场景	2 学时
第 9 讲	服务员工管理	2 学时
第 10 讲	服务传递渠道	2 学时
第 11 讲	服务定价与收益管理	2 学时
第 12 讲	基于大数据的服务管理	2 学时
第 13 讲	O2O	2 学时
第 14 讲	服务业的平台战略	2 学时
第 15 讲	共享经济时代的服务创新	2 学时
第 16 讲	企业家讲堂	2 学时

七、考核与成绩评定

小组项目报告 50%；课堂案例分析、游戏参与 40%；其他 10%。

八、参考书及学生必读参考资料

1. 詹姆斯 A.菲茨西蒙斯, 莫娜 J.菲茨西蒙斯著; 张金成, 范秀成, 杨坤译. 服务管理-运作、战略与信息技术(原书第7版)[M]. 北京: 机械工业出版社, 2013.

2. 瓦拉瑞 A.泽丝曼尔, 玛丽·乔·比特纳, 德韦恩 D.格兰姆勒著; 张金成, 白长虹译. 服

务营销（原书第 6 版）[M]. 北京：机械工业出版社，2015.

3. 克里斯托弗·洛夫洛克, 约亨·沃茨著; 韦福祥等译. 服务营销(原书第 7 版)[M]. 北京：机械工业出版社，2014.

4. Harvard Business Review

5. Sloan Management Review

九、大纲撰写人：冉伦