

# 《电信服务与服务质量》

## 图书基本信息

书名：《电信服务与服务质量》

13位ISBN编号：9787115185372

10位ISBN编号：7115185379

出版时间：2008-10

出版社：人民邮电出版社

页数：199

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《电信服务与服务质量》

## 内容概要

《电信服务与服务质量》紧紧围绕企业的核心是创造经济价值的观点，应用现代质量管理理论对我国电信企业当前在转型过程中所遇到的质量管理问题进行了系统全面的分析，针对如何全面推行企业质量管理、如何在电信企业建立新型的质量价值观、如何最大限度地实现企业经济利益进行了探讨，并提出了一些新的理念。全书分为9章：前3章介绍了电信产品的服务属性及价值等相关理论；第4-6章着重介绍电信质量管理的内容与方法、体系标准、审核与认证，其中第5章重点介绍了ISO 9000族标准体系；第7-8章介绍了电信服务质量监督和检验；第9章重点介绍了电信服务的质量成本管理，讨论了如何实现星级管理问题。

第1章 电信企业的基本产品是服务	1.1
1.1.1 电信企业的社会功能	1.1.1
1.1.2 当前电信企业的社会背景	1.1.2
1.2 电信企业在信息社会中的社会功能	1.2
1.2.1 电信企业的产品类型	1.2.1
1.2.2 监管部门对电信产品的分类	1.2.2
1.2.3 企业业务管理分类	1.2.3
1.3 电信企业的产品提供方式	1.3.1
1.3.1 电信产品的整体概念	1.3.1
1.3.2 电信服务的特征	1.3.2
1.3.3 电信价值链构造形式	1.3.3
第2章 服务是电信企业全方位的活动	2.1
2.1.1 服务是电信企业的生产活动	2.1.1
2.1.2 企业服务运作管理	2.1.2
2.2 电信服务过程	2.2
2.2.1 服务是电信企业的管理活动	2.2.1
2.2.2 管理及其职能	2.2.2
2.3 管理对服务运作的支撑	2.3
2.3.1 服务是电信企业的营销活动	2.3.1
2.3.2 电信服务营销与全面质量管理	2.3.2
2.3.3 电信企业营销活动	2.3.3
2.4 电信企业的营销导向	2.4
2.4.1 服务是电信企业的全员活动	2.4.1
2.4.2 电信内部营销与全员参与	2.4.2
2.4.3 全面质量管理与全员参与	2.4.3
第3章 电信服务的价值实现	3.1
3.1.1 顾客与顾客需求	3.1.1
3.1.2 顾客的概念和分类	3.1.2
3.2 顾客的需求分析	3.2
3.2.1 质量观念与顾客满意	3.2.1
3.2.2 企业依存于顾客	3.2.2
3.2.3 “以顾客为关注焦点”原则的落实	3.2.3
3.2.4 顾客满意理论中的一些基本概念	3.2.4
3.2.5 顾客满意经营战略	3.2.5
3.3 顾客满意经营战略的实施	3.3
3.3.1 顾客满意指数与满意度测评	3.3.1
3.3.2 美国顾客满意指数 (ACSI) 模型	3.3.2
3.3.3 中国顾客满意指数 (CCSI)	3.3.3
3.3.4 电信用户满意度指数 (TCSI) 测评	3.3.4
3.4 顾客满意是服务价值实现的惟一途径	3.4
3.4.1 顾客价值	3.4.1
3.4.2 顾客价值与顾客满意的互动层次	3.4.2
第4章 电信企业质量管理	4.1
4.1 电信市场研究与产品开发过程的质量管理	4.1.1
4.1.1 市场研究与产品构思	4.1.1
4.1.2 产品设计和开发	4.1.2
4.2 市场营销与服务提供过程的质量管理	4.2.1
4.2.1 市场营销质量管理的含义和内容	4.2.1
4.2.2 为顾客服务及顾客满意程度的调查与评价	4.2.2
4.2.3 顾客抱怨管理与顾客投诉处理	4.2.3
4.3 质量管理实施中的几种基本方法	4.3.1
4.3.1 质量目标管理	4.3.1
4.3.2 PDCA循环	4.3.2
4.3.3 QC小组活动	4.3.3
4.4 质量管理卓越企业的共同特征	4.4
第5章 电信服务质量管理体系标准	5.1
5.1 ISO 9000族标准体系的产生与发展	5.1.1
5.1.1 ISO 9000族国际标准的产生	5.1.1
5.1.2 国际标准化组织与ISO9000族国际标准的发展	5.1.2
5.2 ISO 9000族标准体系的构成与使用	5.2.1
5.2.1 ISO 9000族标准的构成	5.2.1
5.2.2 质量管理原则和质量管理体系基础	5.2.2
5.2.3 质量管理体系的建立	5.2.3
5.2.4 质量体系的业绩改进	5.2.4
5.3 ISO 9000族标准体系在电信企业中的应用	5.3
第6章 电信服务质量审核与质量认证	6.1
6.1 质量审核概念和程序	6.1.1
6.1.1 质量审核的内涵	6.1.1
6.1.2 质量审核的构成	6.1.2
6.1.3 质量审核的程序	6.1.3
6.2 质量审核的实施	6.2.1
6.2.1 产品质量审核	6.2.1
6.2.2 过程质量审核	6.2.2
6.2.3 第二方审核	6.2.3
6.3 质量改进	6.3.1
6.3.1 基本概念	6.3.1
6.3.2 质量改进程序	6.3.2
6.3.3 质量改进活动的过程和主要工具	6.3.3
6.3.4 “BPR”简介	6.3.4
6.4 质量认证	6.4.1
6.4.1 质量认证的概念	6.4.1
6.4.2 质量认证的实施	6.4.2
第7章 电信服务质量监督	7.1
7.1 质量监督的概念	7.1.1
7.1.1 质量监督的基本概念	7.1.1
7.1.2 质量监督的主要类别	7.1.2
7.1.3 电信质量监督的作用	7.1.3
7.1.4 我国的技术监督管理体制	7.1.4
7.2 产品质量监督的实施	7.2.1
7.2.1 产品质量监督的对象	7.2.1
7.2.2 产品质量监督检查的依据	7.2.2
7.2.3 产品质量监督的基本形式	7.2.3
7.2.4 电信服务产品质量监督抽查的实施	7.2.4
7.3 质量仲裁	7.3.1
7.3.1 质量仲裁的基本概念	7.3.1
7.3.2 质量仲裁的依据	7.3.2
7.3.3 质量仲裁原则	7.3.3
7.3.4 质量仲裁的作用	7.3.4
7.3.5 产品质量仲裁检验和产品质量鉴定	7.3.5
7.3.6 质量仲裁的实施	7.3.6
7.4 电信服务产品的质量监督制度	7.4.1
7.4.1 电信服务质量监督的相关法规	7.4.1
7.4.2 电信服务质量监督制度的落实	7.4.2
第8章 电信服务质量检验	8.1
8.1 质量检验的概念	8.1.1
8.1.1 检验的含义和任务	8.1.1
8.1.2 质量检验的职能和程序	8.1.2
8.1.3 质量检验的方式及基本类型	8.1.3
8.1.4 电信服务质量检验的内容与形式	8.1.4
8.2 质量检验的主要管理制度	8.2.1
8.2.1 检验计划	8.2.1
8.2.2 三检制	8.2.2
8.2.3 标识与可追溯性	8.2.3
8.2.4 不合格服务产品管理	8.2.4
8.3 顾客抽样与统计	8.3.1
8.3.1 抽样检验的基本概念	8.3.1
8.3.2 顾客抽样方案的操作特性和设计	8.3.2
8.4 计数调整型抽样方案	8.4.1
8.4.1 概述	8.4.1
8.4.2 抽样检查程序	8.4.2
第9章 电信服务的质量成本管理	9.1
9.1 质量成本管理的意义	9.1
9.2 质量成本的核算	9.2.1
9.2.1 质量成本的含义	9.2.1
9.2.2 质量成本的科目设置	9.2.2
9.2.3 质量成本数据的收集	9.2.3
9.2.4 质量成本核算	9.2.4
9.3 质量成本的分析与报告	9.3.1
9.3.1 质量成本分析	9.3.1
9.3.2 质量成本报告	9.3.2
9.4 质量成本的分析与控制	9.4.1
9.4.1 质量成本的预测	9.4.1
9.4.2 质量成本计划	9.4.2
9.4.3 质量成本的控制	9.4.3
参考文献	

# 《电信服务与服务质量》

## 编辑推荐

《电信服务与服务质量》卖点：（1）：针对性。以营销为核心展开，第一次对电信增值业务的营销进行了深入探讨。（2）：系统性。从技术、内容、应用、价值出发，提供了理解电信增值业务的完整视角。（3）：实用性。除了进行理论指导外，《电信服务与服务质量》还提供了多种简明、实用的电信增值业务营销工具。

# 《电信服务与服务质量》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)