

研究生精品课程简介

课程名称：服务质量与服务创新理论及前沿

课程代码：2100156

选课人数：30

开课学院：管理与经济学院

授课教师：崔立新

育人要点	成效简介
教师风范	<p>从事服务管理的教学与研究22年。2003年出版了国内第一部服务质量评价模型的专著，2004年被台湾购买版权在台湾出版；第一作者发表SCI检索论文2篇，EI检索论文3篇，其中1篇发表在中科院二区SCI检索期刊（IF=3.541）；中文核心期刊发表论文20多篇，涉及遗产旅游、商务旅行、网络教育等行业的服务质量管理研究，在服务管理领域有良好的学术积累。主持和参与国家及省部级课题累计23项。目前主持国家重点研发计划“国家质量基础（NQI）的共性技术研究与应用”和北京市自然科学基金项目等课题；作为国家认证认可监督管理委员会服务认证综合组唯一一位来自高校的专家，参与制定了一系列有关服务质量的国家政策。</p>
价值塑造	<p>随着服务经济时代的到来，课程负责人顺应时代潮流，在多年服务管理理论研究和实践调研基础上，于2016年开设了本课程。由于本课程的理论和实践的探索性和前沿性，具有开放性思维的课程负责人充分利用多年对学术前沿动态的追踪把握，以及对实践需求问题的深入了解，开课3年来一直践行“以学生为中心”的教学理念，创新教学模式，把传统的、封闭的、以教为主的知识传递模式改变为开放的、强调学生心智训练、思维拓展、价值塑造的新模式，强调的不仅仅是知识的传授而是培养学生知识运用的能力。课程负责人把以“教”为中心模式中的教师按照教学大纲，以教材为主照本宣科的知识灌输，改变为“以学生为中心”模式中教师成为课程设计师和学生科研探索中的问题解决专家。课堂上学生成为了主角，选课题、搭框架、建模型，充分调动了学生的主动性和参与性。学生们课上课下研究和探讨的问题，都是前沿学术技术，都是社会实践中亟需解决的问题，学生们在老师的带领下、与老师同学们一起互动努力把所学知识运用到实践中，解决实践问题，满足社会需求。教学效果包括提高了教学学时利用的有效性、传授知识的前沿性，全面提高学生能力，使学生能学习、会思考、能解决问题、有创新能力。</p>

<p>知识教育</p>	<p>随着互联网、物联网（IOT）、信息通讯（ICT）、人工智能（AI）等技术的发展，各种新兴服务业态风起云涌。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至 2018 年 12 月，我国网民规模为 8.29 亿，网络购物用户规模达到 6.10 亿，手机网络支付用户规模达到 5.83 亿。在此背景下，本课程对教学内容进行了科学设计和深入研究，并实施问题导向的教学方式，即，课程负责人通过文献追踪和企业实地调研和考察，结合承担的科研项目，为学生精心设计了实践界亟需解决的问题，学生们根据兴趣主动选择，并运用课程所学知识找到解决问题的科学方法。3 年来带领学生完成了“短租服务顾客感知服务质量评价指标体系研究”、“微信社交网络服务顾客感知服务质量评价指标体系及测评技术研究”、“支付宝移动电子支付服务顾客感知服务质量评价指标体系及测评技术研究”、“众包服务顾客感知服务质量评价指标体系及测评技术研究”、“顾客互动对感知服务质量的影响研究——基于小红书社群的实证研究”、“顾客教育与顾客参与研究——以‘去哪儿’网平台服务为例”、“出行服务顾客感知服务质量评价指标体系研究”等研究报告。</p>
<p>实践能力 (创新性、 批判性、 颠覆性 思维培养)</p>	<p>包括服务质量管理和创新管理的服务管理研究及实践仅有不到 40 年的历史。由于服务的无形性、差异性、不可储存性、服务与消费的同时性、顾客的参与性等特性，服务质量管理和创新管理比产品质量管理和产品创新管理更复杂。其中，服务质量的评价最为复杂。自 20 世纪 80 年代 Gronroos（1984）基于认知心理学引入顾客感知服务质量的概念以来，学术界展开了对服务质量管理领域科学问题的摸索与探究。服务质量评价模型以美国学者组合 PZB 开发的、包括有形性、可靠性、响应性、保证性、移情性 5 个方面 22 个指标的、从顾客角度评价服务质量的 SERVQUAL 模型，在国内外理论及实践界应用最为广泛。国内在涉及服务质量评价的实践应用上，包括国家层面制定的政策和标准，主要以郎志正教授提出的功能性、经济性、安全性、时间性、舒适性和文明性 6 个方面质量属性为依据的，但是缺乏科学验证。服务创新理论前沿以开放创新、顾客参与服务创新等主题为核心。另外，结合现代技术背景，本课程 3 年来设计了“家政 O2O 顾客感知服务质量评价指标体系研究”、“语言培训服务顾客感知服务质量指标体系研究”、“餐饮服务顾客感知服务质量指标体系研究”、“旅游 O2O 顾客感知服务质量评价指标体系研究”、“快递服务动态</p>

	<p>定价研究”等选题，学生们以小组形式，课上课下主动参与讨论，线上线下大量查阅文献、搜集爬取数据，主动学习数据爬取和分析方法，积极思考解决问题的方案。在“餐饮服务顾客感知服务质量指标体系研究”中，学生们结合中国饮食文化，创新性地提出了“5觉”指标体系。学生们的研究结果推进了郎志正教授的6性理论的验证、修正了SERVQUAL模型，并通过发现顾客之间的互动、顾客教育等变量在顾客创新中的作用丰富了顾客参与服务创新等理论，培养了学生的创新性、批判性、颠覆性思维，提高了学生的实践能力。</p> <p>课程完成了12篇研究报告，其中“出行服务顾客感知服务质量评价指标体系研究”获得北京理工大学2017年“世纪杯”竞赛一等奖、“微信社交网络服务顾客感知服务质量评价指标体系及测评技术研究”获得北京理工大学2018年“世纪杯”竞赛三等奖（理科组），“顾客教育与顾客参与研究——以‘去哪儿’网平台服务为例”获得北京理工大学2019年“世纪杯”竞赛三等奖；“微信社交网络顾客感知服务质量评价指标体系研究”和“顾客教育影响顾客参与机理研究”2篇论文在期刊《信息与管理研究》发表。</p>
课程考核	<p>（此项属于选择项。请提供一份近期的、最优秀的研究生答卷，另附。）</p> <p>开课3年来学生们的结课报告获得北京理工大学“世纪杯”竞赛1等奖1篇、3等奖2篇（其中1篇理科组）；期刊发表2篇。</p>
学院意见	<p style="text-align: right;">学院领导： _____ 年 月 日</p>

识别下方二维码可参与课程的互动评价：



对研究生课程建设任何意见建议,请联系研究生院培养办公室:mayc@bit.edu.cn