

ĐỀ CƯƠNG ÔN TẬP THI TỐT NGHIỆP MÔN: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ

HÌNH THỨC THI : TRẮC NGHIỆM _ KHÔNG SỬ DỤNG TÀI LIỆU

Dưới đây là một số nội dung gợi ý nhằm giúp thêm sinh viên có cái nhìn khái quát trong việc ôn tập môn học “Quản lý dịch vụ”. Tuy nhiên, sinh viên cần lưu ý, nội dung gợi ý này không phải là đề thi. Do vậy, để có thể kết thúc môn học và hoàn tất bài thi tốt, sinh viên cần phải đọc lại giáo trình, các nội dung giảng dạy và hướng dẫn ôn tập mà giảng viên phụ trách đã trình bày tại lớp. Ngoài ra, sinh viên cần trao đổi hoặc tham khảo thêm các tài liệu, báo chí về các nội dung liên quan bài học nhằm mở rộng kiến thức.

Chương 1: Vai trò của dịch vụ trong nền kinh tế

1. Định nghĩa dịch vụ
2. Năm lĩnh vực trách nhiệm của người quản lý trong môi trường sản xuất và dịch vụ
3. Phân loại dịch vụ : phối cảnh dịch vụ khách hàng, tỉ trọng vốn so với lao động, giao tiếp với khách hàng. Với mô hình dịch vụ hướng về khách hàng, có bao nhiêu loại dịch vụ cung cấp và cần chú ý đến điều gì?
4. Tầm quan trọng của dịch vụ : các giai đoạn phát triển của nền kinh tế của một quốc gia. Sự lớn mạnh dần của các ngành công nghiệp dịch vụ được phát triển vào giai đoạn nào ? Những yếu tố ảnh hưởng đến tầm quan trọng của lĩnh vực dịch vụ là gì ?
Cho biết những dịch vụ nào có mức độ giao tiếp nhiều với khách hàng ?
5. Dịch vụ nào là dịch vụ trợ lực, dịch vụ cơ thể ?
6. Cho ví dụ về dịch vụ buôn sỉ và bán lẻ, dịch vụ phi lợi nhuận, dịch vụ cho nhà sản xuất, dịch vụ cho người tiêu dùng (siêu thị, Tài chính, bảo hiểm, địa ốc..).
7. Tầm quan trọng của khách hàng đối với sự thành công của doanh nghiệp
8. Tiêu chí quan trọng để đánh giá doanh nghiệp thành công nhất là gì ?
9. Các mục tiêu của doanh nghiệp

Chương 2: Đặc điểm và mô hình dịch vụ

1. Các đặc điểm dịch vụ
2. Các loại giao tiếp với khách hàng và những ưu/nhược điểm của mỗi loại. Từ đó cho biết cách vận dụng vào thực tế của loại hình dịch vụ thích hợp.

Chương 3: Chiến lược trong lĩnh vực dịch vụ

1. Nguồn gốc hình thành chiến lược phát triển của một tổ chức hay công ty?
2. Ý nghĩa việc khẳng định nhiệm vụ trong quy trình phát triển điều hành chiến lược của một tổ chức hay công ty?
3. Qui trình quản lý chiến lược được Craig và Grant (1993) tóm lược trong MOST là gì?
4. Phân tích SWOT giúp ích gì cho doanh nghiệp?
- Hiểu được điểm mạnh của đối thủ và điểm yếu của mình, Xác định đâu là cơ hội kinh doanh và khả năng có thể mang lại lợi nhuận
5. Chiến lược cạnh tranh nhằm vào biệt hóa sản phẩm hay dịch vụ có mục đích là gì?

6. Bạn cần phải làm gì nếu sản phẩm/dịch vụ hay đơn vị kinh doanh của công ty có:
- tỉ lệ tăng trưởng tương đối cao và thị phần cao (vị trí “ngôi sao”)?
 - tỉ lệ tăng trưởng tương chậm nhưng có thị phần cao (vị trí “bò sữa”)?
 - tỉ lệ tăng trưởng tương đối cao nhưng thị phần thấp (vị trí “dấu hỏi” hay “những đứa trẻ có vấn đề”)?
 - tỉ lệ tăng trưởng tương kém và có thị phần thấp (vị trí “chó mèo”)?
7. Trong việc thực thi chiến lược của tổ chức hay công ty, điều quan trọng nhất cần chú ý là gì?
- Phải biết quản lý được sự thay đổi để có những điều chỉnh hoặc thích ứng kịp thời...

Chương 6: Giao diện tiếp thị

1. Để bảo đảm sản phẩm hay dịch vụ tạo ra luôn đáp ứng cao nhất những gì khách hàng mong muốn, công ty cần làm gì?
2. Parasuraman và các cộng sự đã soạn ra một phiếu thăm dò nhằm đo đạc chất lượng dịch vụ mà họ gọi là gì?
 - SERVQUAL
3. Việc tiếp thị cho hoạt động kinh doanh hay cung cấp dịch vụ sẽ phát huy hiệu quả cao vào lúc nào?

Cách hiệu quả để một dịch vụ có thể được tiếp thị nhanh chóng đến khách hàng là gì?
4. Một cách khuyến mãi hữu hiệu là nhấn mạnh trên quảng cáo những sắc thái của sản phẩm/dịch vụ mà khách hàng cảm thấy như thế nào?
5. Một dịch vụ có chất lượng được hiểu như thế nào?

Thế nào là kỳ vọng, là thoả mãn?
6. Các phương cách để hiểu ý niệm về chất lượng?
7. Trong việc áp dụng công cụ SERVQUAL theo mô hình Haywood-Farmer, dịch vụ tư vấn có mức độ khách-hàng hóa-dịch vụ tương đối cao sẽ cần phải có thêm yếu tố nào nữa?
8. Để tránh làm cho khách hàng bất mãn, công ty cần phải làm gì?
 - Việc thực hiện dịch vụ phải trong vùng châm chước, Việc tiếp thị luôn giữ các kỳ vọng nằm trong vùng khả thi vùng châm chước
9. Bằng cách nào để dịch vụ có thể được cải tiến?
10. Khi cho rằng thu hút khách hàng mới là tốn kém hơn nhiều so với việc giữ khách hàng cũ là đúng?

Chương 7: Xác định dịch vụ

1. Khách hàng có thể có mặt ở những bước nào trong quy trình thiết kế sản phẩm hay dịch vụ?
2. Các thành phần của dịch vụ trọn gói gồm những gì?
3. Để bảo đảm bước thử nghiệm thị trường thành công, công ty cần phải làm gì?
4. Cần phải xem xét đến những yếu tố nào trong việc lựa chọn ý tưởng để từ đó phát triển sản phẩm?
5. Khi dịch vụ đã được tung ra thị trường với thành công nhất định, công ty sẽ làm gì ?
6. Quản lý chất lượng toàn diện (TQM) có tác động sâu rộng đến đối tượng hoặc điều gì ?
7. Triết lý chính yếu cho mọi tổ chức nào áp dụng các nguyên lý TQM:

Chương 8: Các thông số quy cách

1. Yếu tố nào liên quan đến đặc tính cơ thể của con người
2. Yếu tố nào liên quan đến việc người ta phản ứng ra sao trong các tình huống, máy móc hay bản năng ?
3. Trong giao tiếp với khách hàng, nếu như không gian cá nhân của khách hàng bị chia sẻ, khách hàng sẽ cảm thấy như thế nào ?
4. Nội dung chờ đợi sẽ tạo cho khách hàng tâm lý gì?
5. Khi công ty thông báo cho khách hàng một cách cụ thể thời gian chờ đợi thì điều đó có tác dụng gì ?
6. Để chứng tỏ rằng bạn sẵn sàng giúp đỡ khách hàng, khi giao tiếp với họ, bạn cần phải có biểu lộ hình thể như thế nào hoặc làm gì ?
 - Giao tiếp bằng mắt với họ khi nói, Tư thế hơi nghiêng về phía khách hàng, Mỉm cười
7. Việc bạn chậm rãi đi từ nơi này đến nơi khác trong khi khách hàng đang đợi có thể khiến họ nghĩ gì ?

Chương 9: Quyết định về địa điểm

1. Khi quyết định về địa điểm trong kinh doanh sản phẩm hay dịch vụ, chúng ta cần phải tính đến các yếu tố nào có thể gây ảnh hưởng ?
2. Quyết định về địa điểm có tầm quan trọng thế nào đối với doanh nghiệp và có liên quan đến điều gì?
3. Quy tắc về sự tương thích của ngành bán lẻ. Cho ví dụ minh họa về các loại hình kinh doanh.
4. Theo Schmenner, phương cách hai giai đoạn có nghĩa là liên quan đến những vấn đề gì ?
 - Khu vực địa lý tổng quát của trụ sở cung cấp dịch vụ và việc chọn lựa địa điểm rõ rệt nào đó
5. Hai cơ sở kinh doanh tương thích nhau có địa điểm gần nhau sẽ tạo ra những ảnh hưởng gì cho nhau?
 - Lượng khách hàng hoán chuyển giữa họ với nhau, Tổng của những tỷ lệ mua sắm có dụng đích
6. Theo Simkin, yếu tố nào có thể giúp dự đoán doanh số của cửa hàng ?
7. Trong việc quyết định địa điểm bán lẻ, yếu tố đầu vào nào là quan trọng cần phải được xem xét ?
8. Các bước chính yếu của phương pháp điền dụ là gì ?

Chương 10: Các hệ thống vận tải và phân phối

1. Ba lý do chính minh họa cho sự phức tạp của vấn đề tiếp liệu là gì ?
 - Giáo trình
2. Khách hàng có vai trò như thế nào trong chức năng tiếp vận ?
 - Giáo trình
3. Có bao nhiêu phương cách mà người du mại có thể hoạch định một lộ trình bán hàng/phục vụ khách hàng ? Đó là những phương cách nào ?
4. Các mô hình toán xác định lộ trình...

Chương 11: Thiết kế và cải tiến quy trình

1. Mục đích chính của thiết kế và cải tiến quy trình cung cấp dịch vụ là gì ?
2. Trong quy trình thiết kế và cải tiến dịch vụ, điều thiết yếu cần thực hiện là gì ?
3. Khi lựa chọn thiết bị cho khu vực tiền sảnh (nơi giao tiếp chủ yếu với khách hàng) cần chú ý đến điều gì ?
4. Trong tổ chức công việc ở mức độ vĩ mô, “dự án” và “tác vụ” có đặc điểm giống nhau ở điểm nào ?
5. Quy trình của dịch vụ chuyên nghiệp được thể hiện rõ nét ở điểm nào ?
6. Dựa vào biểu đồ quy trình tác mạch của một công ty du lịch, người thiết kế quy trình cần thực hiện cải tiến quy trình như thế nào?
7. Phương cách có hệ thống và có cấu trúc nhằm cải tiến các phương pháp làm việc với quy trình gồm có bao nhiêu bước ?
- Sáu bước (chi tiết ở giáo trình)
8. Điểm nổi bật của phương cách bài trí theo nhóm là gì ?
9. Trong môi trường bán lẻ, về mặt thành quả, việc bài trí còn nhằm vào mục đích gì ?

Chương 13: Đo lường thành quả

1. Các khía cạnh chính yếu của chất lượng của công cụ SERVQUAL mà Parasuraman, Berry và Zeithaml đề nghị.
2. Những yếu tố nào ảnh hưởng đến thành quả ?
3. Biểu đồ mạch quy trình cung cấp một công cụ hữu ích để làm gì ?
4. Nhằm đo lường chất lượng của dịch vụ, công cụ nào được sử dụng?
- SERVQUAL, SERVPERF, Kỹ thuật vụ việc sâu sắc CIT – Critical incident technique
5. Phân tích Pareto là là kỹ thuật được sử dụng nhằm xác định điều gì?
- Điểm hay vùng nào có ảnh hưởng lớn nhất.
6. Một loại số đo năng suất rất được các nhà đầu tư quan tâm là mức lãi của tư bản
7. Khi đo lường thành quả ở lòng trung thành của khách hàng trong các dịch vụ mang tính chuyên nghiệp, chúng ta cần đặc biệt quan tâm đến điều gì?
8. Trong quản lý chất lượng toàn diện TQM, có bao nhiêu công cụ thống kê ?
Đặc điểm và cách ứng dụng của mỗi công cụ ?

Chương 14: Điều hành nhân sự

1. Các khía cạnh chính yếu của tuyển chọn nhân sự
- Phân tích công việc
- Điều kiện nhân sự
- Thu hút ứng viên
- Tuyển chọn ứng viên
- Cải tiến quy trình tuyển chọn
2. Tầm quan trọng của đào tạo
3. Văn hóa DN, các vấn đề văn hóa và giao quyền
4. Tại sao cần phải tạo động lực cho nhân viên ?

HẾT