

图书基本信息

书名：<<航空市场服务营销与管理-(修订版)>>

13位ISBN编号：9787801109811

10位ISBN编号：7801109813

出版时间：2010-5

出版时间：中国民航出版社

作者：顾胜勤,徐岚

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>

<<航空市场服务营销与管理-(修订版)>>

内容概要

本书阐释了航空市场服务营销的主要理念，指出服务过程是服务、营销、管理统一的过程，强调成本变量定价法对民航企业的重要性，同时分析了航空市场服务营销人员应该具备的基本素质、责任心、团队协作精神和敬业精神，并概括总结出服务补救的相关技巧，对我国民航事业的发展有很强的指导意义。

本书理论性和实用性兼备，适合民航院校用作教学与培训的教材，同时也适合各航空公司、民航企业的从业人员阅读和参考。

两位作者从知识与航空市场全球化的角度，用哲学的方法分析我国航空市场的特点，力求探索其规律。

应该讲，这是一种较为超前的新观念。

他们指出了在知识经济条件下认识市场规律的重要性，突出知识在航空市场营销中的作用，并将知识经济的特点与中国的航空市场的特征相结合，形成独特的市场营销理念，具有一定的理论新意，这也是本书的一大特色。

“服务营销”的观念也很有深挖下去的价值。

作者指出服务已不再是一般意义上的服务，服务等于效益，等于企业的生存，并进一步指出了“满足旅客的心理需求是服务营销的本质”。

这无疑是对“服务”认识的深化。

事实上，经济发展到今天，服务经济已经来到人们身边。

服务已渗透到各个产业，没有服务的产品几乎不能为人们所接受。

作者提出的服务营销观念，无疑符合了当今时代的经济潮流。

此外，航空运输本身就是一种服务行业，因而它更需要对“服务”有一种创新的认识。

所以，服务营销观念的提出，无论是对旅客，还是对航空公司，或者对市场营销都有积极的指导作用。

。

作者简介

顾胜勤，上海交通大学技术职业学院副教授，曾经担任民航上海中专校长助理、民航资源网教育总顾问、上海国际空姐大奖赛评委和赛事指导。

主要学术著作：《民航旅客服务心理学》（第一版），1997年获民航院校优秀教材一等奖；《民航旅客服务心理学》（第二版），2005年获中国民航优秀教材一等奖；《航空市场服务营销与管理》（中国科学技术出版社2001年出版）。

主要论文有《客户关系管理——走出误区有何难》、《对东航云南分公司飞行员集体返航事件的思考》、《对东航云南分公司飞行员集体返航事件的再思考》、《请别误导空乘职业：选拔空乘应注意的几个方面》等。

徐岚，管理学学士，高级讲师，上海市优秀园丁、先进教育工作者。

科研成果有《返璞归真——异军突起的消费热》、《中国大型百货零售业效益分析》、《市场经济进程中规范政府收费机制的思考》、《企业核心竞争力管理创新提升探讨》、《中职课堂教学中创造性思维的培养》等，并为《中国农村信用合作社经营管理全书》担任副主编。

书籍目录

目录

- 第一章 航空市场发展的回顾与服务营销的产生
 - 第一节 航空市场发展的回顾
 - 第二节 航空市场服务营销
 - 第三节 航空市场服务营销的误区
 - 第四节 航空市场服务营销理论的意义
- 第二章 航空市场服务营销的核心理念
 - 第一节 航空市场服务营销“以客户为中心”的理念
 - 第二节 航空市场服务营销的产品理念
 - 第三节 航空市场服务营销的服务理念
 - 第四节 航空市场服务营销的“旅客满意”理念
- 第三章 航空市场服务营销的思维——市场分析与分析市场
 - 第一节 航空市场分析——感性认识
 - 第二节 分析航空市场——理性认识
- 第四章 航空市场服务营销活动过程的管理
 - 第一节 服务营销过程的整体性
 - 第二节 服务营销过程的管理
 - 第三节 服务营销渠道的管理
- 第五章 服务营销中的收益管理
 - 第一节 营销航空产品价格制定的若干因素
 - 第二节 航空产品定价的基本方法
 - 第三节 航空公司(企业)收益管理
- 第六章 航空市场服务营销人员的素质
 - 第一节 航空市场服务营销人员的基本素质
 - 第二节 航空市场服务营销人员的服务意识
 - 第三节 市场服务营销人员的服务补救意识
 - 第四节 航空市场服务营销服务人员的心理素质
 - 第五节 航空市场服务营销人员的能力品质

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>