

<<服务市场营销>>

图书基本信息

书名：<<服务市场营销>>

13位ISBN编号：9787801810878

10位ISBN编号：7801810872

出版时间：2003-1

出版时间：中国对外经济贸易出版社

作者：郑吉昌 编

页数：311

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>

<<服务市场营销>>

内容概要

《服务市场营销》在编写过程中，力图综合当前有关服务营销、服务贸易、服务管理和服务创新的各家学说和最新发展动态，并试图对服务营销及其理论的未来发展进行前瞻性的探索。本书适用于管理、贸易、营销等专业的高等院校师生以及对管理感兴趣的各阶层人士学习研究，并对从事服务管理工作的企业管理人员和政府主管人员具有重要的参考价值。

<<服务市场营销>>

书籍目录

第一章 服务营销概述第一节 服务及其特点第二节 服务与经济发展第三节 服务营销的特点及演变第四节 服务营销学的兴起与发展第二章 服务营销战略第一节 服务营销战略概述第二节 服务营销STP战略第三节 服务营销组合第三章 消费者服务购买行为第一节 购买服务时的一般态度第二节 影响购买决定的因素第三节 购买决策的各个阶段第四节 有形产品的替代服务第五节 组织在购买时的态度分析第四章 服务产品策略第一节 整体服务产品概念第二节 服务产品生命周期基本理论第三节 服务新产品开发第四节 服务产品组合与服务产品创新第五章 服务定价策略第一节 影响服务定价因素第二节 定价方法第三节 服务价格策略第四节 服务价格调整第六章 服务分销策略第一节 进入点决策第二节 进入渠道决策第三节 进入方式决策第七章 服务促销策略第一节 服务营销沟通第二节 服务促销组合第三节 广告第四节 人员推销、营养推广与公共关系第八章 有形展示策略第一节 有形展示的作用第二节 有形展示的类型第三节 有形展示的设计与管理第九章 服务过程策略第一节 服务过程及其互动性第二节 服务流程设计第十章 顾客满意策略第一节 顾客满意第二节 顾客满意度第三节 顾客满意决策第十一章 品牌忠诚营销第一节 服务的品牌第二节 品牌忠诚度测量第三节 品牌忠诚营销策略第四节 挽回流失顾客第十二章 人力资源策略第一节 服务企业组织结构管理第二节 人力资源的选拔与培训第三节 内部营销第十三章 顾客服务策略第一节 顾客服务第二节 顾客服务内容第三节 顾客期望管理第四节 为顾客提供优质服务第十四章 服务质量管理第一节 服务质量第二节 服务质量管理第三节 全面服务质量管理决策

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>