

<<關係行銷(第二版)>>

图书基本信息

书名：<<關係行銷(第二版)>>

13位ISBN编号：9789571140339

10位ISBN编号：9571140333

出版时间：2008年03月19日

出版时间：五南

作者：John Egan

译者：方世榮

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>

<<關係行銷(第二版)>>

內容概要

關係管理在管理學領域逐漸成為顯學，而關係行銷在行銷學領域亦似乎成為主流……

二十一世紀的企業，對於智慧資本的重視更甚於以往。

所謂智慧資本乃包括人力資本、結構資本及關係資本，其中關係資本意指企業若擁有雄厚的關係資產，將可為公司創造巨大的價值。

此外關係資本的建立與累積，亦有助於提升人力資本與結構資本；由此可知，「關係」對企業經營的重要性。

本書內容結構完整，觀念闡述十分清晰，其論述引用許多相關文獻之研究資料，強調關係行銷的觀念與重視策略性的觀點，與坊間充斥的「顧客關係管理」(CRM)書籍相當不同，是學術底蘊相當厚實的一本書。

整體架構維持第一版的內容的特色。

新增第12章，主要論述關係行銷發展之過去、現在及未來而提出見解，並對實務界的啟發與應用，實有助益。

本書共分為三部份，第一篇著重在一般性的關係策略與特定關係行銷之課題的探討；第二篇則切入關係行銷的核心，並區分各種關係市場，詳細討論關係行銷的重要觀念；第三篇主要介紹資訊科技在關係行銷領域所扮演的角色，以及關係行銷策略管理的過程。

<<關係行銷(第二版)>>

作者簡介

作者簡介

John Egan

現職：Middlesex University Business School 專任講師

Royal Society of Arts and Commerce 會員

Academy of Marketing 會員

A Chartered Marketer(為CIM的專業資格，CIM為英國專業市場學學會

成立的The Chartered Institute of Marketing)

經歷：三十年零售行銷部門的實務經驗

曾於Bloomingdales(New York)、Hudson Bay Company(Canada)、Harrods(UK)、

Chinacraft、Mappin & Webb及Garrard(the Crown Jewellers)等公司任職。

譯者簡介

方世榮

現職：關係管理研究學刊召集人

中興大學企管系教授

學歷：國立台灣大學商學研究所商學博士

著作：《智慧資本價值精煉術》

《企業概論》

《管理概論》

《生產與作業管理》

《策略管理》

《服務業品質評量》

《統計學》

<<關係行銷(第二版)>>

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>