第一图书网, tushu007.com

<<汽车服务营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车服务营销>>

13位ISBN编号：9787562461944

10位ISBN编号：7562461945

出版时间：2011-10

出版时间：重庆大学出版社

作者：戚叔林

页数：313

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

内容概要

本书按照汽车服务具有的独特性分为3大部分：第1部分汽车服务营销概论，包括了前5章内容；第2部分汽车服务战略，如何管理服务体验，这部分由6-11章组成；第3部分汽车服务评估和改善服务流程，由12-14章组成。
全书围绕汽车服务活动具有的无形性、不可分离性、差异性和易失性4大特征进行讨论，努力引导学生在学习过程中积极探索汽车服务领域的新知识和新方法。

本书既可作为高职高专汽车技术服务与营销专业以及相近专业的教材，也可用于汽车特约经销店销售顾问、维修接待顾问和相关主管的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<汽车服务营销>>

书籍目录

第1部分 汽车服务营销概论
第1章 汽车服务营销导论
1.1 导论
1.2 服务概述
1.3 服务体验和服务生产之间的关系
1.4 为何研究服务
1.5 汽车服务革命：观点的改变
1.6 服务营销及汽车服务营销定义
本章小结
问题讨论

第2章 汽车服务特性
2.1 导论
2.2 汽车服务的无形性
2.3 汽车服务的不可分离性
2.4 汽车服务的异质性
2.5 汽车服务的易逝性
2.6 营销在服务企业中扮演的角色
本章小结
问题讨论
第3章 服务经济概述
3.1 导论
3.2 什么是服务经济
3.3 服务经济行业概述
3.4 服务分类方案
3.5 影响服务经济增长的因素
3.6 服务企业实现成功的关键因素
本章小结
问题讨论
第4章 汽车服务营销中消费者的决策过程
4.1 导论
4.2 服务消费者决策过程概述
4.3 与汽车服务相关的特殊考虑因素
本章小结
问题讨论
第5章 汽车服务营销中的伦理问题
5.1 导论
5.2 什么是企业伦理
5.3 汽车服务营销中有悖伦理的行为和产生的环境
5.4 正确制订伦理决策的方法
5.5 导致伦理冲突的原因和问题
5.6 影响制订正确伦理决策的因素
5.7 不符合伦理道德行为对企业的影响
5.8 伦理决策的控制
本章小结

问题讨论
第2部分　管理汽车服务体验
第6章 汽车服务的交付过程
6.1 导论
6.2 运营竞争力的阶段
6.3 服务企业的营销和运营平衡是关键
6.4 完美世界中，服务企业应该是有效率的
6.5 效率模型在汽车服务行业中的应用
6.6 汽车服务流程的设计艺术
本章小结
问题讨论
第7章 汽车产品与其他服务定价
7.1 导论
7.2 感知价值
7.3 汽车服务及其他服务定价的特殊考虑
……
第3部分 评估和改善服务质量
参考文献

第一图书网, tushu007.com

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