

<<服务营销与管理>>

图书基本信息

书名：<<服务营销与管理>>

13位ISBN编号：9787563809646

10位ISBN编号：7563809643

出版时间：2002-1

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：马龙龙

页数：369

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>

<<服务营销与管理>>

内容概要

服务，从何时起源恐怕已经无法考证了，然而，发展到今天，服务已渗透到了社会生活的方方面面，从餐饮到交通、从医疗到保险、从流通到教育……可以说我们自己的福利和整个社会都建立在服务的基础上。

诚然，农业和工业生产依然在社会生活和经济体系中发挥着不可或缺的作用，但是，毕竟人们对食物和用具的需要总是可以有限计量的，而人们对感受性的服务欲望却是无限的。

难怪美国服务营销与管理学家菲茨西蒙斯称“未来的经济、社会和环境的发展有赖于创造性的服务”

。本书把抽象的服务管理理论和营销方法同现实的服务企业经营实践相结合，旨在促进我国服务业经营从经验管理走向科学管理。

它从服务业与社会、经济的关系入手，逐层扩展，涉及服务的内涵和经营理念、服务营销的思维及其实施框架，服务营销组合策略管理，以及服务企业战略、运营、质量、项目、人事管理领域的方方面面，并提出了定量研究服务管理的思路，展望了未来服务竞争的趋势。

读者对象：工商管理专业、市场营销专业等经济管理类大学本、专科师生，企业管理人员，政府部门人士。

<<服务营销与管理>>

书籍目录

第一部分 服务与服务经济社会?? 第一章 服务经济社会?? 第一节 经济社会演进阶段?? 第二节 服务经济社会?? 第三节 服务业增长的影响?? 案例 悉尼奥运会?? 第二章 服务的概述?? 第一节 服务与服务业?? 第二节 服务产品的一般特点?? 第三节 服务市场?? 第三章 服务营销与管理综述?? 第一节 服务营销：以关系为核心的营销?? 第二节 服务管理：以服务为导向的管理?? 案例 生命之源：艾博特西北医院?? 第二部分 服务营销?? 第四章 服务消费心理和行为：服务营销的基础?? 第一节 服务消费的一般心理?? 第二节 服务消费决策行为?? 第三节 组织购买行为的特点?? 案例 七种购买者?? 第五章 市场细分和产品定位：服务营销的过程?? 第一节 市场分析和市场细分?? 第二节 目标市场选择?? 第三节 市场定位?? 案例 形形色色的香港银行?? 第六章 顾客满意度评估与管理：服务营销的核心?? 第一节 顾客满意度?? 第二节 顾客满意度评估与分析?? 第三节 顾客满意度管理?? 案例1 山本夫人的"私人"航班?? 案例2 海尔空调的售后服务?? 第七章 服务设计与创新：服务营销的源头活水?? 第一节 服务创新的必要性和途径?? 第二节 新服务开发与推广?? 第三节 服务生命周期?? 第四节 服务组合决策?? 案例 创造麦当劳?? 第三部分 服务营销组合管理?? 第八章 服务定价策略?? 第一节 服务定价的特殊性?? 第二节 服务定价战略?? 第三节 服务定价方法与技巧?? 案例 沃克班驰的定价策略?? 第九章 供求调节策略?? 第一节 服务供求的特点?? 第二节 服务需求调节策略?? 第三节 服务供给调节策略?? 案例 美洲航空公司的供求管理?? 第十章 服务分销促销策略?? 第一节 服务的分销渠道..... 第四部分 服务管理 第五部分 迈向未来世界的服务

<<服务营销与管理>>

编辑推荐

《高等院校经济与管理核心课经典系列教材：服务营销与管理》适合于工商管理、贸易、营销等专业的大专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。

当然，就目前而言，服务营销与管理领域的理论探索和实务研究仍然非常匮乏，仍然缺乏更具深度和完整性的理论背景。

《高等院校经济与管理核心课经典系列教材：服务营销与管理》无非也是在整合理论体系的基础上向读者提出一些建设性和探索性的观点和意见。

所以，我们不想让大家对这些理论生搬硬套，更不希望大家对书中可能存在的这样或那样的纰漏和错误熟视无睹；我们真正的目的在于启迪大家在服务营销与管理领域投入更多的关注与思考，并为大家提供一个用以继续研究和探讨的理论平台。

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>