

图书基本信息

书名：<<服务品牌延伸的灰色评估模型及应用>>

13位ISBN编号：9787030346834

10位ISBN编号：7030346831

出版时间：2012-6

出版时间：科学出版社

作者：王建玲

页数：166

字数：209000

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>

<<服务品牌延伸的灰色评估模型及应用>>

内容概要

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》是作者长期从事品牌延伸理论探索、实际应用的结晶。本书主要采用灰色系统有关理论作为分析工具，将灰色关联与品牌延伸有机结合，主要包括服务品牌延伸评估体系及模式、服务品牌延伸的数据收集与检测方法、服务品牌延伸的消费者选择及联合分析、服务品牌延伸的灰色评估模型及测量、服务品牌延伸的灰色关联分析、基于不确定信息的服务品牌延伸评估模型及分析。

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》可供政府部门、企事业单位的科研工作者参考，也适合高等院校管理科学与工程、企业管理专业的本科生、研究生和相关科研院所的研究人员使用。

书籍目录

前言

第1章 绪论

- 1.1 问题的提出
- 1.2 基本概念及界定
- 1.3 服务品牌延伸的研究进展
- 1.4 研究框架和方法

第2章 服务品牌延伸的评估体系及模式研究

- 2.1 服务品牌延伸评估的绩效研究
- 2.2 服务品牌延伸评估指标体系研究
- 2.3 服务品牌延伸的评估模式比较
- 2.4 服务接触视角的品牌延伸综合评估理论框架
- 2.5 本章小结

第3章 服务品牌延伸的数据收集与检测方法

- 3.1 服务品牌延伸的评估框架及测量方法议题
- 3.2 研究方法
- 3.3 信度和效度
- 3.4 服务品牌延伸评估中的数据缺失
- 3.5 本章小结

第4章 服务品牌延伸的消费者选择及联合分析

- 4.1 品牌选择行为的成因分析
- 4.2 消费者选择的联合分析研究
- 4.3 服务品牌延伸联合分析的研究设计
- 4.4 服务品牌延伸联合分析的模型估计
- 4.5 本章小结

第5章 服务品牌延伸的灰色评估模型及测量

- 5.1 服务品牌延伸中的质量测评研究
- 5.2 服务品牌延伸的灰色评估模型构建
- 5.3 服务品牌延伸灰色评估模型的变量测度
- 5.4 服务品牌延伸灰色评估的研究设计
- 5.5 服务品牌延伸灰色评估的数据处理步骤
- 5.6 本章小结

第6章 服务品牌延伸的灰色关联分析

- 6.1 灰色关联度的原理及步骤
- 6.2 服务品牌延伸灰色评估研究的描述性统计
- 6.3 服务品牌延伸灰色评估研究的数据处理
- 6.4 服务品牌延伸的灰色关联优势分析
- 6.5 服务品牌延伸的灰色关联分析结论与讨论
- 6.6 本章小结

第7章 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估模型及分析

- 7.1 灰色关联度中的权重及信息集结问题研究
- 7.2 不确定性信息的集结及新型灰色关联度构建
- 7.3 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估模型构建
- 7.4 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估分析
- 7.5 本章小结

参考文献

附录

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>