

<<营销学精选教材·英文影印版>>

图书基本信息

书名：<<营销学精选教材·英文影印版>>

13位ISBN编号：9787301132050

10位ISBN编号：7301132050

出版时间：2008-7

出版时间：北京大学出版社

作者：霍夫曼

页数：586

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

《服务营销精要：概念、战略与案例》（第3版）的主要目的是在将学生引入服务营销领域的同时，让学生熟悉特定的客户服务问题。

现在的商业世界不仅需要传统的商业知识，而且对员工在提升客户满意度方面的能力、服务质量和客户服务等保留现有客户的基本技巧的要求也越来越高。

本教材共有16章和15个案例。

教材之所以编为“基础性”的，主要是出于两个原因。

第一，多年以来，市场上并没有“真正”的服务营销方面的本科生、MBA教材，许多服务营销学的教师在教学中需要使用自己的论文、案例和录像带。

这本“基础”教材的存在使得教师可以在讲授基本概念的同时，在适当的情况下插入自己的材料。

第二，因为服务营销是一门相对比较年轻的学科，所以需要确定一个所有教师都乐于接受的学习服务营销的框架体系。

因此，本“基础”教材提供了一套易于修改的初始框架，在第3版中也是如此。

#### 作者简介

K.Douglas Hoffman，美国科罗拉多州立大学营销学教授。曾获教学优秀奖，主要教学与研究兴趣在服务营销领域。

他分别在密西西比州立大学、北卡罗来纳大学和科罗拉多州立大学首先开设服务营销课程。

他曾在Journal of Retailing、Journal of Business Research等知名学术期刊上发表过多篇论文。

书籍目录

PART 1 AN OVERVIEW OF SERVICES MARKETING Chapter 1 An Introduction to Services Chapter 2  
Fundamental Differences Between Goods and Services Chapter 3 An Overview of the Services Sector Chapter  
4 The Consumer Decision Process in Services Marketing Chapter 5 Ethical Issues in Services MarketingPART  
2 SERVICE STRATEGY: MANAGING THE SERVICE EXPERIENCE Chapter 6 Service Delivery Process  
Chapter 7 The Pricing of Services Chapter 8 Developing the Service Communications Mix Chapter 9  
Managing the Firm's Physical Evidence Chapter 10 People Issues: Managing Service Employees Chapter 11  
People Issues: Managing Service CustomersPART 3 ASSESSING AND IMPROVING SERVICE DELIVERY  
Chapter 12 Defining and Measuring Customer Satisfaction Chapter 13 Defining and Measuring Service  
Quality Chapter 14 Service Failures and Recovery Strategies Chapter 15 Customer Retention Chapter 16  
Putting the Pieces Together: Creating the Seamless Service FirmPART 4CASESGlossaryIndex

章节摘录

插图：



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>