

<<市场管理员>>

图书基本信息

书名：<<市场管理员>>

13位ISBN编号：9787504588357

10位ISBN编号：7504588350

出版时间：2011-3

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：中国就业培训技术指导中心 编

页数：199

字数：222000

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>

<<市场管理员>>

内容概要

本书由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

书中内容根据《国家职业标准·市场管理员》（试行）要求编写，是二级市场管理员职业技能鉴定国家题库命题的直接依据。

本书介绍了二级市场管理员应掌握的技能要求和相关知识，涉及市场服务、商务管理、市场监督、市场推广、培训与指导等内容。

<<市场管理员>>

书籍目录

第1章 市场服务

第1节 制订服务质量计划

学习单元1 设计专业市场服务管理规程

学习单元2 制订专业市场服务质量控制方案

第2节 控制服务质量

学习单元1 提高顾客满意度

学习单元2 创造忠诚顾客

第3节 制订安全计划

学习单元1 安全消防管理与治安管理

学习单元2 设备管理和作业实施

思考题

第2章 商务管理

第1节 规划市场整体布局

第2节 管理柜台租赁

思考题

第3章 市场监督

第1节 商标使用管理

学习单元1 产品标识与商标管理

学习单元2 中国名牌产品评价管理

第2节 监督广告活动

学习单元1 广告准则

学习单元2 广告活动

第3节 管理商品展销会

思考题

第4章 市场推广

第1节 预测市场

学习单元1 预测市场的方法

学习单元2 撰写市场预测报告

第2节 策划市场推广活动

学习单元1 策划知识和传播技巧

学习单元2 电视传播技巧

学习单元3 平面传播技巧

学习单元4 公共关系活动策划

学习单元5 网络传播技巧

思考题

第5章 培训与指导

第1节 培训

第2节 指导

思考题

<<市场管理员>>

章节摘录

- 1) 服务质量是顾客和经营商户感知的对象。
- 2) 服务质量既要有客观方法加以衡量，还要更多地按顾客和经营商户主观的认识加以衡量和检验。
- 3) 服务质量的提高需要内部形成有效管理和支持系统。

专业市场服务质量同有形产品的质量在内涵上有很大的不同，二者的区别在于：专业市场服务质量较有形产品的质量更难被顾客和经营者所评估；顾客和经营商户对专业市场服务质量的认知取决于他们的经验与实际所感受到的服务水平的对比；顾客和经营商户对专业市场服务质量的评价不仅要考虑服务的结果，而且涉及服务的过程。

(2) 专业市场服务质量的构成要素 专业市场服务质量包括技术性质量（结果要素）和功能性质量（过程要素）两个方面（见图1-1）。

技术性质量是指服务过程的结果，即顾客和经营商户从服务过程中所得到的东西。

比如，顾客在专业市场购买的商品等。

对于这一方面的服务质量，顾客容易感知，也易于评价。

功能性质量是指顾客和经营商户是如何得到这些东西的。

由于服务是无形的，在服务过程中，服务人员的服务态度、服务效率、服务方式、服务礼仪等是否满足顾客和经营商户需求，与顾客和经营者的个性、态度、知识、行为方式等因素有关。

……

<<市场管理员>>

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>