第一图书网, tushu007.com

<<服务营销管理>>

图书基本信息

书名：<<服务营销管理>>

13位ISBN编号：9787561823484

10位ISBN编号：7561823487

出版时间：2006-9

出版时间：天津大学出版社

作者：吴晓云

页数：355

字数：460000

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

《南开营销系列教材：服务营销管理》为适应培养服务经济时代高级营销管理人才的需要而编写。
全书力图将服务营销领域中北欧和北美两大学派的研究成果结合起来，系统地阐述现代服务营销理论及该学科研究的最新进展。

《南开营销系列教材：服务营销管理》的核心内容及写作框架的设计与阐述，都系统地体现了现代服务营销学的中心内容。
全书共13章，分为4个部分，即服务营销管理概论、顾客感知和服务质量研究、服务营销的组织研究以及全球化背景下的服务营销研究进展。

《南开营销系列教材：服务营销管理》既适合高等院校企业管理（市场营销）专业的教学需要，又适于对服务营销有兴趣的企业界人士阅读。

<<服务营销管理>>

书籍目录

第1章　服务营销学导论
1.1研究服务营销的意义
1.2服务营销理论的发展历程
1.3本书的宗旨和基本内容
本章关键词
本章思考题
案例　服务营销的典范——宜家家居
第2章　关系营销
2.1关系营销的基本问题
2.2顾客关系和顾客感知服务质量
2.3关系营销战略和战术问题研究
本章关键词
本章思考题
案例　曼克顿信用卡的顾客关系管理策略
第3章　服务与服务产品
3.1服务的定义
3.2服务产品的界定
3.3服务的特性
3.4服务产品生命周期理论及策略
3.5服务的过程消费
3.6服务的分类
3.7服务产品的营销过程
本章关键词
本章思考题
案例　一家电梯维修企业“残缺”的“产品”
第4章　顾客感知服务质量
4.1顾客感知服务质量的相关概念
4.2顾客感知服务质量与服务企业竞争优势的关系
4.3衡量顾客感知服务质量的“期望一实绩”模型
4.4顾客感知服务质量模型及评价方法
4.5关系质量
本章关键词
本章思考题
案例　阿联酋国际航空集团的成功之路
第5章　服务营销战略
5.1基于服务特点的服务营销定位战略
5.2服务营销组合
5.3服务营销战略管理的内容
本章关键词
本章思考题
案例　“变脸”麦当劳让品牌更年轻
第6章　服务包与扩大的服务供给
6.1基本的服务包理论
6.2扩大的服务供给
6.3服务供给的管理

6.4服务产品开发
6.5运用服务包理论创建品牌关系
本章关键词
本章思考题
案例　Interrent公司发展扩大的服务供给
第7章　服务质量管理
7.1服务质量管理概述
7.2服务质量的评估和管理
7.3管理真实瞬间
7.4内部服务质量管理
7.5零缺陷的服务
本章关键词
本章思考题
案例　某餐厅的管理与服务
第8章　服务补救
8.1服务失误
8.2服务补救
8.3服务承诺
8.4服务失误与质量管理问题总结
本章关键词
本章思考题
案例　卡尔顿大学图书馆的“丢书”调查服务
第9章　市场导向的服务组织
9.1服务营销过程和营销部门
9.2分析服务组织
9.3顾客分析
9.4建立服务系统模型
本章关键词
本章思考题
案例顾客链——祥和财富之链
第10章　服务文化管理
10.1组织文化与服务文化
10.2服务文化的重要性和作用
10.3建设服务文化的前提
10.4创造服务文化
本章关键词
本章思考题
案例　感受“嘉莉诗”的服务文化
第11章　内部营销管理
11.1内部营销概论
11.2内部营销管理
11.3实施内部营销
11.4授权、真正给员工权力和激励
本章关键词
本章思考题
案例　西尔斯的内部营销
第12章整合服务营销

第一图书网, tushu007.com

12.1营销传播——整体沟通问题
12.2整合服务营销的沟通
12.3建立整合服务营销组合框架
12.4整合服务营销与关系营销
本章关键词
本章思考题
案例　西南航空公司：将人员、过程和有形展示进行整合
第13章　全球化的服务营销
13.1服务营销的全球化趋势
13.2服务企业全球化发展的特点及障碍
13.3服务营销的全球战略观
本章关键词
本章思考题
案例　美国在线时代华纳的全球扩张战略
参考文献
后记

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