

《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：9787300046631

10位ISBN编号：7300046630

出版时间：2003-8

出版社：中国人民大学出版社

作者：叶万春编

页数：439

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《服务营销管理》

内容概要

本教材不拘泥于从国外引进的服务营销的内容与形式，而是结合我国国情在内容上进行了取舍、充实、完善、发展，增加了中国服务市场的开放、新的营销理念、服务企业定位及评价、服务营销质量及其评估、几个主要的服务领域等重要内容。在形式上分为5篇19章，这5篇依次为分析篇、规划篇、执行篇、分论篇、发展篇，反映了本教材的基本结构和内容，明确了重点，形成了完备的体系与明晰的层次。

本教材设置了分论篇，专门对金融服务领域、旅游服务领域、电信服务领域等几个重要的服务领域进行了专题研究。虽然有限的章节不能深究其全，但这有利于读者拓宽视野，并能更好地联系服务行业的实际思考问题。

《服务营销管理》

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：www.tushu000.com