

《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：9787505376564

10位ISBN编号：750537656X

出版时间：2002-11

出版社：电子工业出版社

作者：陈祝平

页数：297

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

《服务营销管理》以美国服务管理和营销学者蔡特哈莫尔（V.Zeithaml）和毕特纳（M.Bitner）等人设计的、目前国际上比较流行的服务质量5大差距模型（The 5-Gap Model of Service Quality）作为框架，以服务期望和服务感知理论为导向，系统地研究了服务营销管理的各个方面。

《服务营销管理》的特点是：1.将国外先进的营销管理模式与我国服务营销的实际相结合；2.大量采用实例和案例对理论进行实证，提高读者的分析、应用能力；3.涉及的行业面较广，既包括零售、交通、电信、金融、保险、旅游、餐饮等营利性服务行业。

《服务营销管理》可作为高等院校管理类专业本科生、研究生、MBA及相关专业的教材，也可作为服务业及相关行业中高层管理者的培训教材。

书籍目录

目录

第1篇 导

论

第1章 服务与服务业 1

1.1 服务的定义和特征 2

1.2 服务的分类 4

1.3 服务业的发展 6

1.4 服务业的作用 7

《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