

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》

图书基本信息

书名：《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》

13位ISBN编号：9787030346834

10位ISBN编号：7030346831

出版时间：2012-6

出版社：科学出版社

作者：王建玲

页数：166

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

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》

内容概要

王建玲编著的《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》是作者长期从事品牌延伸理论探索、实际应用的结晶。本书主要采用灰色系统有关理论作为分析工具，将灰色关联与品牌延伸有机结合，主要包括服务品牌延伸评估体系及模式、服务品牌延伸的数据收集与检测方法、服务品牌延伸的消费者选择及联合分析、服务品牌延伸的灰色评估模型及测量、服务品牌延伸的灰色关联分析、基于不确定信息的服务品牌延伸评估模型及分析。

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》可供政府部门、企事业单位的科研工作者参考，也适合高等院校管理科学与工程、企业管理专业的本科生、研究生和相关科研院所的研究人员使用。

书籍目录

前言

第1章 绪论

1.1 问题的提出

1.2 基本概念及界定

1.3 服务品牌延伸的研究进展

1.4 研究框架和方法

第2章 服务品牌延伸的评估体系及模式研究

2.1 服务品牌延伸评估的绩效研究

2.2 服务品牌延伸评估指标体系研究

2.3 服务品牌延伸的评估模式比较

2.4 服务接触视角的品牌延伸综合评估理论框架

2.5 本章小结

第3章 服务品牌延伸的数据收集与检测方法

3.1 服务品牌延伸的评估框架及测量方法议题

3.2 研究方法

3.3 信度和效度

3.4 服务品牌延伸评估中的数据缺失

3.5 本章小结

第4章 服务品牌延伸的消费者选择及联合分析

4.1 品牌选择行为的成因分析

4.2 消费者选择的联合分析研究

4.3 服务品牌延伸联合分析的研究设计

4.4 服务品牌延伸联合分析的模型估计

4.5 本章小结

第5章 服务品牌延伸的灰色评估模型及测量

5.1 服务品牌延伸中的质量测评研究

5.2 服务品牌延伸的灰色评估模型构建

5.3 服务品牌延伸灰色评估模型的变量测度

5.4 服务品牌延伸灰色评估的研究设计

5.5 服务品牌延伸灰色评估的数据处理步骤

5.6 本章小结

第6章 服务品牌延伸的灰色关联分析

6.1 灰色关联度的原理及步骤

6.2 服务品牌延伸灰色评估研究的描述性统计

6.3 服务品牌延伸灰色评估研究的数据处理

6.4 服务品牌延伸的灰色关联优势分析

6.5 服务品牌延伸的灰色关联分析结论与讨论

6.6 本章小结

第7章 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估模型及分析

7.1 灰色关联度中的权重及信息集结问题研究

7.2 不确定性信息的集结及新型灰色关联度构建

7.3 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估模型构建

7.4 基于不确定性信息的服务品牌延伸评估分析

7.5 本章小结

参考文献

附录

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》

精彩短评

1、灰色用的太多了，看看服务品牌怎么用灰色

《服务品牌延伸的灰色评估模型及应用》

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