

<<服务营销策划与推广>>

图书基本信息

书名：<<服务营销策划与推广>>

13位ISBN编号：9787030258397

10位ISBN编号：7030258398

出版时间：2009-11

出版时间：科学

作者：于强 编

页数：345

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>

<<服务营销策划与推广>>

内容概要

服务营销是从市场营销中衍生和独立出来的一套理论体系。

随着服务业的蓬勃发展和产品营销中服务比重的不断提升，服务营销策划与推广已逐渐成为企业竞争的焦点和制胜的关键环节。

本书共分十五章，内容主要包括服务与服务业、服务营销与服务理念、服务中的消费者行为、服务营销环境分析、服务市场细分与定位、服务产品及品牌策划、服务产品定价策划、服务渠道策划、服务促销与沟通、服务有形展示、服务人员和顾客参与、服务过程管理、服务质量管理、服务营销组织与管理、服务营销的未来等。

本书将前沿理论与企业营销实践有机地结合在一起，其思维理念和策划方法具有普遍的适应性和指导性。

本书以市场营销相关专业的本科生以及企业服务营销人员为主要读者对象，兼顾了服务业和一般生产企业相关人员。

也是河北省高等教育自学考试市场营销专业的指定用书。

<<服务营销策划与推广>>

书籍目录

前言第一章 服务与服务业 第一节 服务的本质、基本特征和分类 一、服务的本质 二、服务的基本特征 三、服务的分类 第二节 现代服务业 一、服务业的范围 二、知识与服务业发展 三、现代服务业的主要特征 四、国际服务业的发展现状 五、我国服务业的发展现状 小结 案例分析 练习题第二章 服务营销与服务理念第三章 服务中的消费者行为第四章 服务营销环境分析第五章 服务市场细分与定位第六章 服务产品及品牌策划第七章 服务产品定价策划第八章 服务产品渠道策划第九章 服务产品促销与沟通第十章 服务有形展示第十一章 服务人员和顾客参与第十二章 服务过程管理第十三章 服务质量管理第十四章 服务营销组织与管理第十五章 服务营销的未来

<<服务营销策划与推广>>

编辑推荐

本书是在广泛吸收国内外服务营销的大量相关研究成果、结合中国企业现代服务营销实践的基础上编写的。

作为一本以本科学生与企业营销人员为主要读者对象的教材，本书编写力求兼顾服务业与一般生产企业以及理论研究与企业营销实践相结合，在思维理念和策划方法上力求做到普适、完整，具有指导性和实用性，以期对服务营销人员从事服务营销与推广工作有所帮助。

本书各章附有案例及案例讨论分析，以加强读者对各章知识的理解及理论与企业实践的结合；各章小结对各章主要内容进行了总结归纳，并配有练习题，以适合教学与自学的需要。

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>