

<<服务营销>>

图书基本信息

书名：<<服务营销>>

13位ISBN编号：9787300037233

10位ISBN编号：7300037232

出版时间：2001-5-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：克里斯托弗·H·洛夫洛克

页数：647

字数：945000

译者：陆雄文/庄莉

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>>

内容概要

本书是一服务营销课程的经典教材。

书中全面系统地阐述了服务营销思想的萌芽和服务营销作为营销学科的一个独立分支，其思想体系逐渐丰满、严密和完整并得到广泛运用的发展历程、以及理论先驱者与实践翘楚们的贡献，其论述涵盖服务营销学科发展至今所有重要人物的思想和观点，主要内容涉及了服务设计、服务传递、顾客接触、顾客满意以及关系营销、内部营销、后勤支持等领域，与营销学主流及网络营销所关注的焦点自然融合并相互补充和促进。

<<服务营销>>

作者简介

克里斯托弗·H·洛夫洛克(Christopher H. Lovelock)是美国服务营销领域著名的学者与实践者。他毕业于英国爱丁堡大学，获商学学士和文学学士学位，后获得美国哈佛大学工商管理硕士和斯坦福大学博士学位。

早年主要在包括哈佛商学院、麻省理工学院斯隆管理学院、斯坦福大

<<服务营销>>

书籍目录

第一篇 认识服务 第1章 服务营销的独特之处 第2章 建立分析服务的框架 第3章 顾客的经历 第二篇 服务营销中的战略问题 第4章 在市场上对服务进行定位 第5章 瞄准顾客和建立关系 第6章 管理需求 第三篇 服务营销人员的工具 第7章 创造和传递服务 第8章 通过附加服务为核心产品增添价值 第9章 了解成本和制定定价策略 第10章 服务沟通和促销 第四篇 第11章 通过提高质量和生产力增加价值 第12章 发展和管理顾客服务职能 第13章 组织和实施营销工作 第14章 全球化的服务营销

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>