

图书基本信息

书名：<<服务公平性、顾客消费情感与顾客和企业的关系>>

13位ISBN编号：9787306024091

10位ISBN编号：7306024094

出版时间：2004-11

出版时间：中山大学出版社

作者：温碧燕

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>

内容概要

本书论述服务公平性和顾客的消费情感与顾客消费前情感、顾客感觉中的服务质量、消费价值、顾客满意感、顾客信任感、顾客与服务人员之间的人际关系纽带、顾客与企业之间的情感纽带、顾客的行为意向等概念之间的关系，介绍本项实证研究的方法与数据分析结果，对学术界今后的研究方向和服务性企业管理工作提出了一些建议。

本书的主要内容包括研究概述、文献述评、调研设计与数据收集方法、探索性研究与正式研究数据分析、讨论和结论。

本书具有选题新颖、观点创新、结构严谨、层次清晰、材料翔实、论证充分、分析方法科学、研究结论可靠等特点，可作为高等院校企业管理、旅游管理等专业研究生的教学参考书，对企业管理人员也有一定的现实指导作用和参考价值。

作者简介

温碧燕，女，广东梅州人，现任暨南大学管理学院讲师，2004年6月于中山大学管理学院获企业管理专业博士学位，研究领域为服务营销与服务管理、旅游管理、消费者行为。

1999年以来，在学术刊物上发表论文40多篇，先后参与多个国家级、省部级纵向课题和横向课题，具有扎实的理论功底和较强的科研能力。

主要教授的课程有：旅游心理学、服务质量管理、市场营销、旅游市场营销等。

书籍目录

第一章 研究概述 第一节 研究目的 第二节 研究意义 第三节 研究范围第二章 文献综述 第一节 服务公平性 第二节 顾客的消费情感 第三节 服务质量 第四节 顾客满意感 第五节 顾客信任感 第六节 关系纽带第三章 研究设计和调研过程 第一节 概念模型与假设 第二节 调研设计和调研方法第四章 研究一：顾客消费前情感和期望对顾客消费后情感与评估的影响 第一节 概念模型与调研过程 第二节 数据分析 第三节 主要研究结果第五章 研究二：服务公平性和顾客消费情感对顾客下企业关系的影响 第一节 概念模型与调研过程 第二节 探索性研究阶段数据分析 第三节 正式研究阶段数据分析 第四节 主要研究结果第六章 研究三：补救服务公平性和顾客消费情感对顾客与企业关系的影响 第一节 概念模型与调研过程 第二节 数据分析 第三节 主要研究成果第七章 讨论和结论 第一节 讨论 第二节 研究结论 第三节 局限性和今后研究方向附录主要参考文献

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>