

## <<经济全球化背景下的服务营销>>

### 图书基本信息

书名：<<经济全球化背景下的服务营销>>

13位ISBN编号：9787500583974

10位ISBN编号：7500583974

出版时间：2005-9

出版时间：中国财政经济

作者：景奉杰 编

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>

## <<经济全球化背景下的服务营销>>

### 内容概要

《经济全球化背景下的服务营销:湖北省市场营销学会2004年学术年会论文集》主要包括:服务营销基本理论、国内外服务营销研究现状服务过程中的顾客互动及其营销管理策略、提高客户满意度增强市场竞争力——广告代理商提高市场竞争力的对策思考、服务营销整合创造顾客忠诚、服务补救研究综述、浅析服务的品牌营销、服务创新制胜等等。

# <<经济全球化背景下的服务营销>>

## 书籍目录

服务营销基本理论国内外服务营销研究现状服务过程中的顾客互动及其营销管理策略提高客户满意度增强市场竞争力——广告代理商提高市场竞争力的对策思考服务营销整合创造顾客忠诚服务补救研究综述浅析服务的品牌营销服务创新制胜运用关系营销理论提升我国服务业竞争力试析企业获取竞争优势的路径——兼论服务营销的作用全球化背景下的服务营销战略建立新型的零售商——供应商关系服务营销策略研究广告传播服务营销的市场拓展服务型组织的内部营销管理体系构建探讨关于提高企业服务营销水平的若干思考基于服务营销的营销审计初探差距化模型在服务营销中的应用体验导向的服务营销势在必行顾客网络互动和顾客授权管理从系统的视角重塑服务补救体系对服务补救战略的思考澳大利亚服务业开拓国际市场的营销策略管理接触性雇员：服务企业授权决策的理论模型服务业发展水平影响因素GM分析服务营销的推测变分法分析服务营销——市场竞争的利器体验营销与服务营销之比较研究服务营销中文化魅力的彰显服务有形化——服务营销的有形展示全球化背景下的服务营销服务品牌化的思考基于消费体验构建网络营销服务模式中国服务企业应对经济全球化的战略选择利用E-mail促进关系营销论服务营销架构模式论以客户满意为核心的企业服务营销战略论服务企业的顾客关系管理儒家文化与关系营销思想知识经济与服务营销的发展服务营销在企业经营中的应用全球市场下服务流程的营销创新服务企业内部营销体系的探讨经济全球化背景下我国政府农村公共营销服务初探服务质量研究服务质量研究的现状与未来以服务剧场模型看提升服务价值的新视角服务质量差距分析及改进对策研究服务质量差距模型及其在商业银行中的运用研究基于服务交互质量的渠道关系质量研究服务质量差距及其对策分析服务质量的逆向选择效应分析服务质量管理中对交互质量的思考顾客间交互质量的管理与控制基于关系网络驱动型交互质量的服务竞争优势研究服务产品同质化竞争中顾客感知服务质量的研究思考基于过程体验的服务交互质量测评及管理意义交换成本范式视角下的服务交互质量研究经济全球化视角下服务质量问题研究网络环境下服务质量的评价模型以人为本控制服务质量的差异性运用内部营销提高企业服务质量现场服务与远程服务交互质量对比研究网络营销服务的交互质量与管理服务中的顾客行为基于服务质量差异的顾客感知服务质量服务忠诚、服务质量与顾客忠诚的相关关系研究服务中顾客参与及其对顾客满意的影响——从自我服务偏见角度时间压力对消费者服务选择和价格判断的影响基于服务分类的服务忠诚管理自助服务中的顾客互动对服务绩效的影响及其管理服务市场中的口碑传播行为大型超市顾客忠诚实现战略研究互联网服务及其顾客满意分析论服务性企业如何提高顾客满意度浅析服务业的顾客满意论营销创新实践中的隐私侵权倾向??t试析中国老年服务市场服务营销中的顾客满意浅析顾客忠诚网络环境下的顾客忠诚行业服务营销经济全球化与商业银行服务营销战略创新经济全球化时代我国商业银行服务营销创新策略研，我国商业银行实施服务营销的三大策略我国商业银行市场营销的现状分析及策略思考浅析商业银行的服务营销试析商业银行的有形展示策略我国银行卡业营销策略研究美国银行的服务创新我国证券服务业CRM与差异化营销策略探析证券经纪公司的服务营销初探新形势下本土保险企业服务营销策略——兼论平安保险公司的服务营销策略市场准入后我国零售业面临的问题及对策论商业企业服务品牌的创建全球化背景下武汉流通产业的服务营销战略研究浅析沃尔玛的服务营销战略经济全球化背景下的中国第三方物流营销策略经济全球化背景下物流服务绩效评价体系的探讨我国家电企业服务营销研究经济全球化背景下旅游业服务营销的策略与方法关于旅游业开展服务营销的若干思考服务营销与旅游生态创新基于体验的旅游服务营销研究旅游产品的在线营销分析旅游饭店营销创新战略研究饭店营销——标准化还是个性化中国酒店业的信息化经营与服务营销移动通信业服务营销策略研究电信业的服务营销策略电信运营企业服务营销研究——4CS+S整合营销模型.....

## &lt;&lt;经济全球化背景下的服务营销&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：2.国内学者在发表文章数量方面明显少于国外，并且国内学者还没有被发现在国外顶级杂志上发表有关服务营销方面的文章；3.近10年来，国内学者有6个方面的研究内容基本与国外相似，即服务质量评价与管理、顾客忠诚与顾客保留、销售服务网络设计、服务缺陷及恢复、内部服务营销管理、服务营销中的消费者研究等，但是在数量、细分内容以及时间上总体落后于国外；4.在研究的重点上，国外学者强调服务营销中的消费者研究、服务营销策略、全球化网络及服务营销三大领域，而国内学者则更多地关注服务品牌竞争和战略、服务行业、服务组织设计、顾客忠诚与顾客保留等，这与国内和国外服务经济发展水平是相适应的，国外已经走过了服务经济发展的初级阶段，所以更多地向服务营销中的个体和总体两个维度纵深研究，而国内则处于服务营销的起步阶段，所以对于服务营销的战略意义、服务行业整体发展、服务网络的构建、顾客流失等问题格外关心；5.在研究对象上，国内主要停留在对旅馆、餐饮等传统服务行业和企业的研究上，极少量涉及教育和气象服务营销，而国外已经向健康护理、非赢利组织、制造等行业和企业扩展，并且开始从传统的个体企业研究发展到供应链和行业协会等系统研究；6.在研究方法上，国内外也存在较大差别：国外注重规范研究，有严密的逻辑推理体系，注重理论与实践的结合，特别是定量研究已经占到了85%左右，而国内仍有较大比重的定性研究，或是引入介绍国外服务营销理论和思想，或是总结归纳经验和知识，或是虽有理论基础但是缺乏严密的推理。

国外使用实证研究方法较多，通过实验、非实验、实地、数学模型推导等方法对所研究问题进行充分的论证，但国内在此方面比较缺乏，即使在定性研究上，国内企业案例研究也十分匮乏。

（二）对国内服务营销进一步研究的建议综上所述，由于服务经济发展水平的差异和研究方法的差异，导致国内在服务营销领域的研究与国外既有区别又有联系，但总体上国内处于落后地位，因此，未来国内学者在此领域的研究应注意以下几点：（1）在研究主题上，需要进一步把握服务营销相对于产品营销的特点和规律，需要对全球化和网络化背景下的服务营销特别是营销策略进行关注，需要对服务营销中的消费者行为进行深入研究，需要加强对服务质量评价与管理的研究，在服务接触与服务经验管理上也要增加研究力度；（2）在研究对象上，除了继续对传统服务业进行关注以外，还要对新兴服务行业如金融、通讯、电子商务、工程技术服务、管理咨询等行业投入更多的注意力；（3）在研究方法上，要借鉴国外在案例分析、试验研究、数据统计等方面的方法和经验，注重定量研究，定性研究中也要加大案例研究的比重；（4）在研究思路，要注意进行纵向和横向两个维度的比较研究，加强国内外服务的对比研究和大型企业复杂案例的纵向研究；（5）在研究文章发表上，要向国际顶级刊物冲击，争取实现零的突破。

## <<经济全球化背景下的服务营销>>

### 编辑推荐

《经济全球化背景下的服务营销:湖北省市场营销学会2004年学术年会论文集》是由中国财政经济出版社出版的。

## <<经济全球化背景下的服务营销>>

### 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>