

<<服务市场营销管理>>

图书基本信息

书名：<<服务市场营销管理>>

13位ISBN编号：9787543221499

10位ISBN编号：7543221497

出版时间：2012-11

出版时间：吴晓云 格致出版社 (2012-11出版)

作者：吴晓云 编

页数：198

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>

<<服务市场营销管理>>

内容概要

服务营销学兴起于20世纪70年代，一直属于学界的热点课题。同许多其他学科一样，服务营销作为一门新学科，在目前的高校市场营销类专业中，也是一门必不可少的专业课程。

服务营销领域最有影响力的两大学派当属北欧学派和北美学派，《服务市场营销管理》力图将两大学派的研究成果相结合，通过借鉴国际现代服务营销的先进理念和原理，对服务营销理论的研究体系和方法进行全面、系统的研究和整理。

随着经济全球化和科学技术的快速发展，公司经营环境开始发生转变，因此本书还引用了一些近年来较有影响力的最新研究成果，如全球营销、现代服务业和网络电子化营销等服务营销领域的理论创新和研究进展，同时结合我国的实际情况，力求做到内容、语言上清晰生动，使之更加贴近中国服务营销理论研究和中国企业的特殊状况，以期增强服务营销理论联系实际的可行性。

同时，本书还配有大量专栏和案例，使读者在获取理论知识的同时，也能更好地理解 and 消化其现实应用。

<<服务市场营销管理>>

作者简介

吴晓云，南开大学商学院教授，博士生导师，中国高校市场学研究会常务理事，中国市场学会常务理事，长期从事市场营销学领域的教学和科研工作。

2002年后主持的国家自然科学基金资助项目有：“加入WTO我国企业全球营销战略模式的选择及测度指标”（2003—2005）、“服务性跨国公司全球营销新战略模型的创设及其应用”（2006—2008）、教育部课题：“服务企业的全球营销适配度判定矩阵及价值多进程转移战略模式的研究”（2007—2009），多次应邀参加中国、美国、日本等国家和地区举办的国内外重要学术会议，就全球营销和服务营销的研究主题发表学术演讲。

近年来，主要关注跨国公司全球营销战略及策略问题，先后出版专著、译著和教材二十余部，在经济管理类权威期刊、CSSCI核心期刊《管理世界》、《管理科学学报》、《南开管理评论》上发表论文60余篇。

其中，十多项专著、教材和论文等先后获得教育部优秀教材一等奖、天津市人文社科优秀成果二等奖、北方优秀图书二等奖和南开大学多项科研和优秀教学成果奖励。

2006年3月，主持建设的“市场营销管理课程”荣获国家级精品课程，并完善了市场营销管理精品课程教学网站([Http: ibs.nankai.edu.cn / marketina](http://ibs.nankai.edu.cn/marketina))，为学生进行网上自主学习提供了丰富的电子教材、前沿理论、营销案例库等网络资源。

2004年、2006年，作为首席指导教师，带领南开大学学生团队入选“全国大学生创业大赛”项目，2004年获国家金奖——实现了南开大学、天津市在该赛事上零的突破，2006年指导两支团队获得一个国家金奖、一个国家银奖，为天津市和南开大学争得了荣誉。

<<服务市场营销管理>>

书籍目录

第1章 服务营销导论 1.1 研究服务营销的意义 1.2 服务营销学的兴起与发展 1.3 本书的宗旨和基本内容
本章小结 关键词 复习思考题 案例招商银行面向私人银行客户的高端服务 参考文献第2章 服务与服务产品 2.1 服务的内涵 2.2 服务产品 2.3 服务包与扩大的服务 本章小结 关键词 复习思考题 案例2.1 星巴克卖的是什么 案例2.2 麦当劳——新观念与生活方式的提出 参考文献第3章 服务营销战略 3.1 服务营销战略的制定与实施 3.2 服务营销定位战略 3.3 服务营销组合 本章小结 关键词 复习思考题 案例花旗银行：服务营销的创始者 参考文献第4章 服务品牌管理 4.1 服务品牌内涵 4.2 服务品牌资产及其市场效应 4.3 服务品牌管理流程 本章小结 关键词 复习思考题 案例爱普生如何构建成功的服务品牌 参考文献第5章 感知服务质量 5.1 顾客感知服务质量的相关概念 5.2 顾客感知服务质量与服务企业竞争优势的关系 5.3 衡量顾客感知服务质量的“期望—实绩”模型 5.4 顾客感知服务质量模型及评价方法 5.5 关系质量——感知服务质量的动态度量方法 本章小结 关键词 复习思考题 案例阿联酋国际航空集团的成功之路 参考文献第6章 服务质量管理 6.1 服务质量的成本和价值 6.2 服务质量分析和管理的 6.3 管理真实瞬间 6.4 内部服务质量管理 6.5 零缺陷的服务 本章小结 关键词 复习思考题 案例某餐厅的管理与服务 参考文献第7章 服务补救 7.1 服务失误 7.2 顾客抱怨 7.3 服务补救 7.4 服务补救策略 本章小结 关键词 复习思考题 案例在网上蔓延的糟糕服务补救 参考文献第8章 市场导向的服务组织 8.1 服务组织的市场导向 8.2 分析服务组织 8.3 顾客分析 8.4 建立服务系统模型 8.5 服务过程场景——服务场景模型与服务场景扩展模型 本章小结 关键词 复习思考题 案例顾客链——祥和财富之链 参考文献第9章 服务文化 9.1 服务文化的内涵与分类 9.2 服务文化与服务营销管理的关系 9.3 创建服务文化的障碍和机会 9.4 创建服务文化的前提条件 9.5 创建服务文化的途径和步骤 本章小结 关键词 复习思考题 案例移动客服中心的服务文化建设 参考文献第10章 服务企业的内部营销 10.1 内部营销概述 10.2 内部营销管理 10.3 服务员工的授权 10.4 服务员工的激励 本章小结 关键词 复习思考题 案例西尔斯的内部营销 参考文献第11章 整合服务营销传播 11.1 整合服务营销传播概述 11.2 整合服务营销传播的角色及目标设置 11.3 整合服务营销传播的问题 11.4 管理服务营销传播的指导原则 本章小结 关键词 复习思考题 案例大众点评网——利用口碑走向大众 参考文献第12章 全球服务营销 12.1 全球服务营销的内涵 12.2 服务全球化的驱动及阻碍因素 12.3 服务性跨国公司的全球市场进入模式 12.4 服务性跨国企业的全球战略实施 本章小结 关键词 复习思考题 案例麦当劳全球战略的应用 参考文献第13章 现代服务业与服务理论创新 13.1 现代服务业的内涵及新特征 13.2 基于可迁移性和交互性的服务业分类 13.3 基于可迁移性和交互性分类的典型服务行业分析 13.4 不同类别服务行业的全球营销战略选择 本章小结 关键词 复习思考题 案例阿里巴巴集团的全球化战略 参考文献第14章 服务的网络与电子化营销 14.1 网络时代的客户服务 14.2 网络与电子化营销工具 14.3 网络与电子化营销的客户服务战略 本章小结 关键词 复习思考题 案例eBay的全球网络交易模式参考文献

<<服务市场营销管理>>

编辑推荐

《服务市场营销管理》由吴晓云主编，借鉴国际现代服务营销的先进理念和原理，对服务营销理论的研究体系和方法进行了全面、系统的研究和整理。

作者引用了一些近年来较有影响力的最新研究成果，同时结合我国的实际情况，为广大读者提供了一本内容丰富、层次分明、理论翔实、案例精彩的服务营销教材。

<<服务市场营销管理>>

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>