

<<服务营销>>

图书基本信息

书名：<<服务营销>>

13位ISBN编号：9787560968421

10位ISBN编号：7560968422

出版时间：2011-8

出版时间：华中科技大学出版社

作者：杜兰英 主编

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>

## <<服务营销>>

### 内容概要

《服务营销》立足服务经济大背景，以服务市场及服务消费者为核心，以服务营销策略为主线展开论述。

全书分四篇，共13章。

第一篇（1至2章）概论，详尽阐述了服务经济与服务业、服务营销与服务营销学的关系；第二篇（3至5章）服务的性质与服务消费者特征，深入分析了服务性质、服务市场特征及服务消费者特征；第三篇（6至7章）规划篇，介绍了企业如何实施服务营销规划、服务质量规划与管理；第四篇（8至13章）策略篇，阐述了服务产品与品牌、服务定价、服务位置和渠道、服务沟通和促销、服务人员和内部营销以及服务有形展示等策略。

《服务营销》包含大量服务营销案例，以利于读者拓宽视野。

每章都设计有引导案例和课后学习案例，还有思考题及小结，可以帮助读者回顾相关知识，对比学习。

《服务营销》不仅可作为国内高等院校市场营销专业以及其他工商管理类专业本科、研究生服务营销的教材，还可作为工商业从业者和从事市场营销教学和研究工作者的必备读物。

## <<服务营销>>

### 作者简介

杜兰英，女，1961年出生。

1983年获工学学士学位，1988年获管理工程硕士学位，2003年获管理科学博士学位。

华中科技大学管理学院教授。

现任省政府及多家企业管理顾问、卓越绩效管理全国评审员、质量管理体系注册高级审核员、中国质量协会常务理事、中国高等院校市场学研究会理事、湖北市场营销研究会常务理事、湖北省现场统计研究会常务理事。

从事战略管理、服务营销、质量管理的研究与教学工作。

指导博士及硕士研究生80余人。

在权威及核心期刊上发表学术论文100余篇，主持国家自然科学基金项目2项、省部级科研项目6项。

芦琼莹，女，1981年出生。

英国伯明翰大学市场营销硕士，华中科技大学管理学院企业管理博士生。

研究方向为市场与营销战略、经营环境与公司战略、非营利组织营销与战略。

参与过国家自然科学基金资助课题1项、企事业单位资助课题2项。

学术成集曾获湖北省政府发展研究奖。

## &lt;&lt;服务营销&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第一篇 概论

## 第1章 服务经济与服务业

## 1.1.1 21世纪是服务经济的时代

## 1.1.1 经济演进与社会发展的阶段

## 1.1.2 服务贸易的蓬勃发展

## 1.1.3 21世纪的服务经济（社会）

## 1.2 服务业及其发展

## 1.2.1 服务业的概念、特点及分类

## 1.2.2 我国服务业的发展现状及存在的问题

## 1.2.3 服务业增长的原因

## 1.2.4 服务业增长的影响

## 1.3 服务业的发展趋势—国际化和标准化

## 1.3.1 服务业的国际化趋势

## 1.3.2 服务业的标准化与认证

## 本章小结

## 关键术语

## 思考题

## 案例研讨

## 参考文献

## 第2章 服务营销与服务营销学

## 2.1 知识经济时代的服务营销

## 2.1.1 知识经济与服务营销

## 2.1.2 服务业的繁荣培育和服务营销观念的发展

## 2.1.3 经济全球化与服务营销

## 2.1.4 竞争与服务营销

## 2.2 服务营销的特点及其演变

## 2.2.1 服务营销的一般特点

## 2.2.2 服务营销的演变

## 2.2.3 服务营销与有形产品营销的区别

## 2.2.4 服务营销的再思考

## 2.3 服务营销学的兴起与发展

## 2.3.1 服务营销学的兴起

## 2.3.2 服务营销学的发展历程

## 2.3.3 服务营销学在中国的发展

## 2.3.4 服务营销学与市场营销学

## 2.3.5 服务营销学与相关学科

## 本章小结

## 关键术语

## 思考题

## 案例研讨

## 参考文献

## 第二篇 服务的性质与服务消费者特征

## 第3章 服务的性质

## 3.1 服务的含义与分类

## 3.1.1 服务的含义

## <<服务营销>>

- 3.1.2 服务的分类
- 3.1.3 学术分类法
- 3.2 服务的特征
  - 3.2.1 服务的特征
  - 3.2.2 针对服务产品特征的营销策略
- 3.3 服务过程与服务文化
  - 3.3.1 服务过程
  - 3.3.2 服务文化
- 本章小结
- 关键术语
- 思考题
- 案例研讨
- 参考文献
- 第4章 服务市场的特征
  - 4.1 服务市场的范畴与相关环境
    - 4.1.1 服务市场
    - 4.1.2 服务的相关环境与服务市场
    - 4.1.3 服务市场的一般特点
  - 4.2 服务市场的运行
- 第5章 服务消费者特征
- 第三篇 规划篇
- 第四篇 策略篇

#### 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>