

图书基本信息

书名：<<市场导向、营销质量驱动为顾客价值实证研究>>

13位ISBN编号：9787562527633

10位ISBN编号：7562527636

出版时间：2012-6

出版时间：中国地质大学出版社有限责任公司

作者：熊艳

页数：212

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

《市场导向营销质量驱动的客户价值实证研究：以制造业为例》旨在探讨企业的市场导向观念、营销质量和客户价值之间的关系。

希望通过《市场导向营销质量驱动的客户价值实证研究：以制造业为例》的研究，探讨客户价值在全面质量管理中外部营销系统的运作，丰富客户价值理论、市场导向理论和全面质量管理理论的研究内容，为制造业乃至其他行业的客户价值创造活动的开展提供理论上的依据和实践上的方法指导，为提高我国企业的国际竞争力作出贡献。

作者简介

熊艳，1965年出生于湖北武汉，中南财经政法大学管理学博士，任教于中国地质大学（武汉）经济管理学院，副教授，硕士生导师，中国高校市场学研究会理事，湖北省高校市场营销学会会员。主要教学和研究领域为营销管理、绿色营销、零售管理。曾参与国家自然科学基金项目“顾客价值主导的全面质量营销管理系统及评价模型研究”，主持武汉市社会科学研究基金项目“武汉城市圈产业集群的生态工业园发展模式研究”，主持“武汉电动汽车示范运营有限公司绿色营销战略案例研究”项目，参与“青山区地下商城可行性研究”等项目。近年来，主编或参编教材4部，公开发表论文10多篇，两例案例被中国管理案例共享中心收录。

书籍目录

第一章 导论第一节 研究背景和研究动机第二节 研究目的和研究范围第三节 研究内容和研究技术路线本章小结第二章 文献综述第一节 顾客价值理论研究第二节 顾客价值驱动因素研究第三节 顾客价值研究总评本章小结第三章 相关因素分析：市场导向、营销质量与顾客价值关系第一节 市场导向与顾客价值关系研究第二节 营销质量与顾客价值关系研究第三节 研究总评本章小结第四章 研究设计第一节 理论模型及研究假设第二节 个案调研第三节 量表设计第四节 抽样方法与样本第五节 数据分析与处理方法本章小结第五章 数据分析与解释第一节 量表的信度与效度第二节 结构方程模型分析与研究假设检验本章小结第六章 案例研究--马应龙药业集团顾客价值营销活动分析第一节 马应龙药业集团股份有限公司概况第二节 马应龙药业集团顾客价值营销活动经验本章小结第七章 研究结论与展望第一节 研究结论第二节 营销管理借鉴第三节 研究的创新、局限与展望本章小结附录附录一 访谈提纲附录二 预调研问卷附录三 正式调研问卷参考文献后记

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>