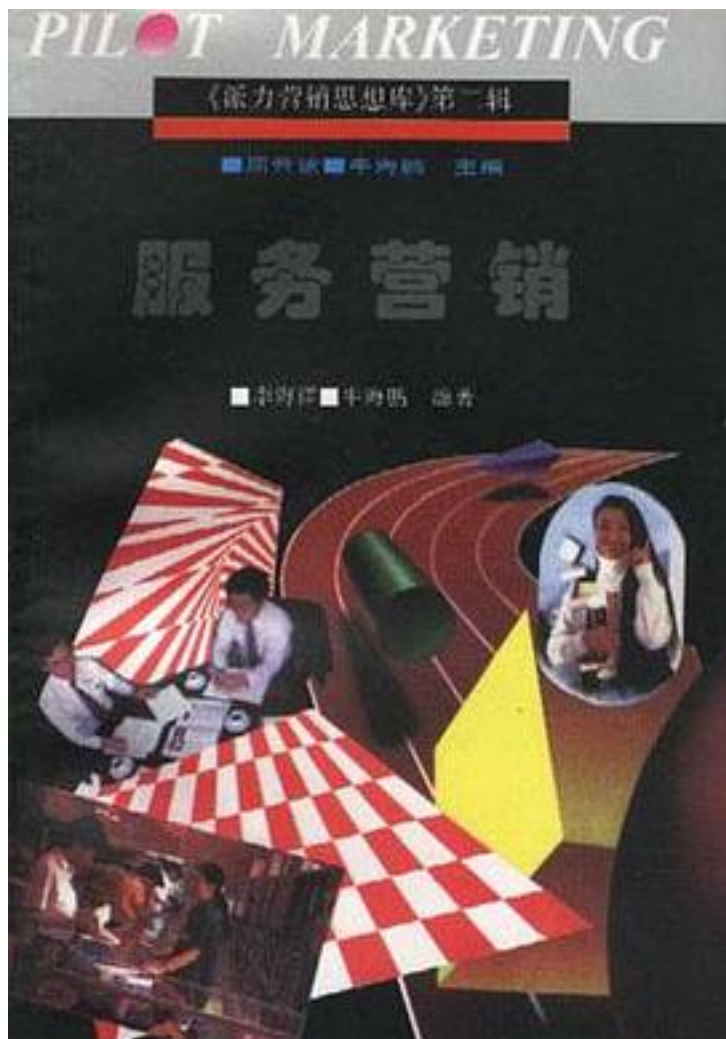


服务营销



[服务营销_下载链接1](#)

著者:季辉 编

出版者:高等教育出版社

出版时间:2001-7

装帧:

isbn:9787040098983

《服务营销》是教育部高职高专规划教材，依据教育部制定的《高职高专教育市场营销

专业培养方案》编写而成，可供高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院的营销专业及其他经管类专业的学生使用，也可供从事服务业企业管理及服务营销的实际工作者自学和培训使用。

服务业是近年来发展较快的行业，在国民经济中所占的比例越来越大。服务业的快速发展必然导致服务行业市场竞争的日趋激烈。服务业的竞争是服务竞争，这就要求有服务营销理论指导服务企业的营销活动。

《服务营销》以服务这一无形产品的特殊性为基础，从顾客的角度出发，剖析消费者的购买心理与需求，讲述了服务市场细分、目标市场的选择与市场定位，进而提出服务产品、服务定价、服务促销、服务分销、企业内部营销、有形展示、服务过程质量管理等策略与方法，所涉及的内容涵盖了服务企业营销活动的各个领域。《服务营销》的最大特点是紧扣服务产品特殊性这一主线展开分析，以避免目前同类书籍将服务产品营销与实体产品营销相混杂讲述而容易导致前后内容相矛盾的问题。《服务营销》体系严整，可操作性强。

作者介绍:

目录: 第一章 导论
第一节
· · · · · (收起)

[服务营销_下载链接1](#)

标签

评论

[服务营销_下载链接1](#)

书评

[服务营销_下载链接1](#)