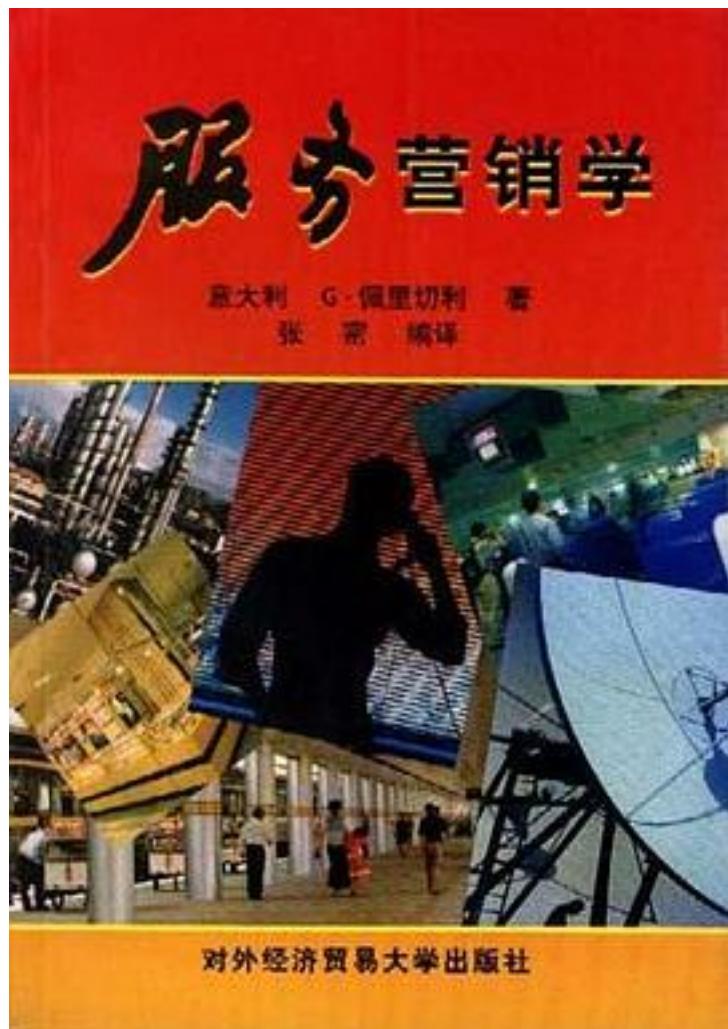


# 服务营销学



[服务营销学\\_下载链接1](#)

著者:李雪松 编

出版者:

出版时间:2009-8

装帧:

isbn:9787811236927

《服务营销学》适合于学习、研究市场营销的研究生、本科生以及企业服务营销经理们

学习。现代服务营销学是市场营销学内容的衍生与拓展，也是为迅速蓬勃发展的服务业和产品营销中日益成为竞争焦点的服务提供理论依据和实战指南。全书共分12章，较为详尽地阐述了服务营销学的产生与发展、服务与服务营销的基本概念、消费者服务购买行为、服务战略、服务产品与品牌、服务定价与收费、服务渠道、服务促销、服务接触与传递、服务有形展示、服务人员、服务质量及服务补救等内容。

作者介绍:

目录:

[服务营销学\\_下载链接1](#)

标签

评论

[服务营销学\\_下载链接1](#)

书评

[服务营销学\\_下载链接1](#)