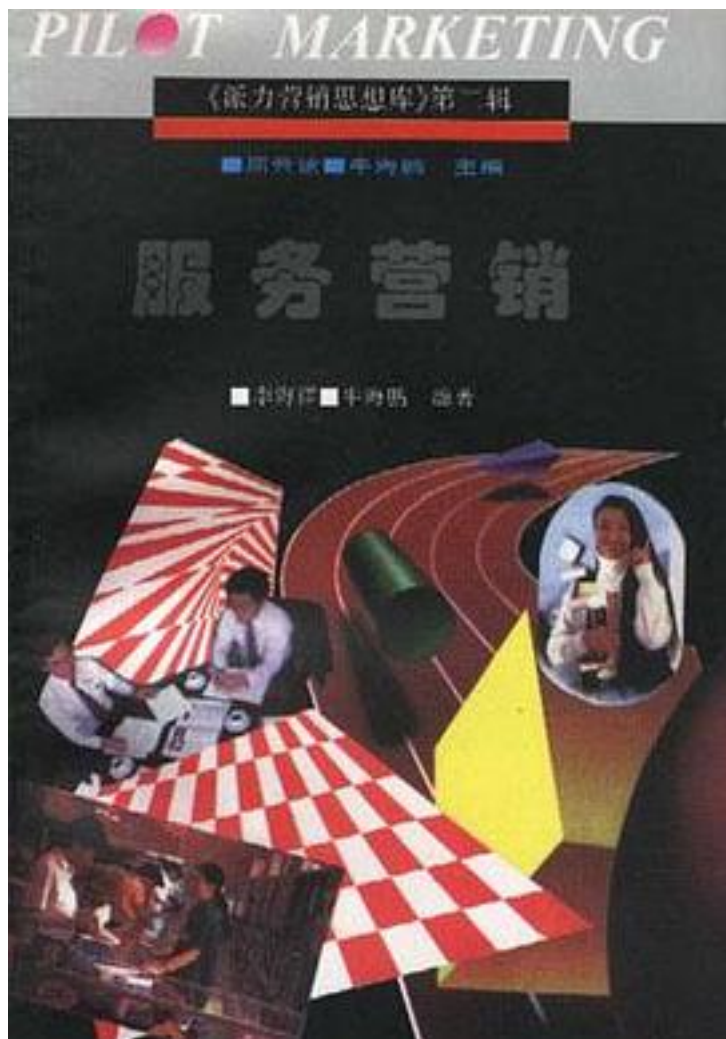


# 服务营销



[服务营销\\_下载链接1](#)

著者:周明

出版者:

出版时间:2009-10

装帧:

isbn:9787301158340

随着服务业在国民经济中的重要性日益显著，人们对服务营销的关注也不断地增强。同

其他教材相比，《服务营销》的主要特点在于：一是理论框架的设计完整；二是吸收中外学者的最新研究成果；三是理论与实际相结合，并且配备了大量的案例；四是在编撰过程中，注重为中国学生与服务从业人员的服务。《服务营销》的体系设计从服务的概念与特质入手，从经营管理的角度出发，全面阐述了服务企业、员工与顾客之间的关系，涉及服务营销的各个层面。《服务营销》重点突出服务营销与传统营销的差异性、独特性与挑战性，着眼于在理论框架下解决管理中的实际问题。

《服务营销》的目标定位明确，符合新形势下应用型人才的培养目标，既可作为高等院校工商管理、市场营销等相关专业的教材和参考书，也可作为广大服务行业从业人员的理论学习与深造的参考书籍。

作者介绍:

目录:

[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\\_](#)