

<<金融营销>>

图书基本信息

书名：<<金融营销>>

13位ISBN编号：9787300141299

10位ISBN编号：7300141293

出版时间：2011-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：杨米沙 等编著

页数：295

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>

<<金融营销>>

内容概要

世界经济全球化借助信息技术正以前所未有的速度改变经济版图和企业经营模式，所有行业都将经历从传统到变革的阵痛，金融行业也不例外。

市场的日趋开放与行业内激烈的竞争，成为金融业发展和改革的强大动力。

与其他行业一样，卖方市场向买方市场的嬗变已经发生，尽管金融行业来得比较迟。

金融业的精英们放下了曾经“高傲”的身架，借鉴制造业或一些竞争激烈的服务行业的经验，引进市场营销的理念和方法，奉客户为“上帝”，以客户需求为基础进行经营战略与策略的谋划，参与竞争，获取利润，这是当今金融企业赖以生存和发展的主要模式。

由此，金融营销的理论知识与知识也应运而生。

作者简介

杨米沙，广东金融学院教授。

曾长期任职于金融机构，先后在信贷、财务、资产管理等业务部门工作，担任商业银行分行副行长、总行和证券公司总部业务部门负责人，兼任上市公司董事。

主要从事金融营销教学与科研，发表论文30余篇，主持或参与多项省市级及校级研究课题，数个金融营销的多媒体课件获省部级部门嘉奖。

<<金融营销>>

书籍目录

- 第一章 金融市场概述
 - 第一节 金融市场定义、功能及特点
 - 第二节 金融市场分类及特征
 - 第三节 商业性金融机构及主要产品
 - 第四节 金融营销发展
- 第二章 金融服务营销
 - 第一节 服务营销理论概要
 - 第二节 服务产品特性
 - 第三节 服务营销对策与营销要素
 - 第四节 金融服务营销的特点
- 第三章 金融营销环境分析
 - 第一节 宏观环境分析
 - 第二节 微观环境分析
 - 第三节 变化中的营销环境和机会
- 第四章 个人金融市场行为分析
 - 第一节 个人交易行为理论基础
 - 第二节 影响客户交易行为的因素
 - 第三节 个人金融交易决策过程
 - 第四节 行为金融理论概述
- 第五章 机构金融行为分析
 - 第一节 工商市场的特征
 - 第二节 工商客户金融决策过程
 - 第三节 政府社团交易决策过程
- 第六章 目标市场营销策略
 - 第一节 市场细分
 - 第二节 目标市场选择
 - 第三节 产品定位
- 第七章 金融产品策略
 - 第一节 产品概念及金融产品特点
 - 第二节 金融产品的品牌创建
 - 第三节 新产品开发策略
 - 第四节 产品生命周期策略
- 第八章 金融产品定价策略
 - 第一节 影响定价的主要因素
 - 第二节 定价的一般方法
 - 第三节 各类金融产品的定价模式
 - 第四节 常用的价格营销策略
- 第九章 金融网点与服务传递策略
 - 第一节 分销渠道概述
 - 第二节 银行供应链融资
 - 第三节 金融机构的渠道策略
 - 第四节 金融分支机构的选址策略
 - 第五节 新型金融营销渠道
- 第十章 金融产品促销策略
 - 第一节 促销形式组合与促销实施步骤

<<金融营销>>

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 营业推广

第五节 公共关系

第十一章 金融服务人员策略

第一节 金融服务接触三元组合模型

第二节 金融机构的内部营销

第三节 服务过程中员工的作用

第四节 服务过程中顾客的作用

第十二章 金融服务过程策略

第一节 服务过程的含义

第二节 金融服务过程的分类方法及主要类型

第三节 金融服务流程主要设计方法

第四节 设计工具——服务蓝图

第十三章 金融服务有形展示策略

第一节 有形展示概述

第二节 服务场景的类型

第三节 服务场景对行为影响的依据和因素

第四节 服务环境的设计

参考资料

章节摘录

二、金融市场的功能 (一) 直观金融市场及其要素金融市场的基本功能是使资源得到合理的配置，这里的资源就是资金，一个有效率的金融市场能够把资金从那些由于支出少于收入而积蓄了盈余资金的人（储蓄者）那里，引导到那些由于支出超过收入而资金短缺的人（借款者）那里，使资金得到最合理的配置。

用一个现实的例子来说明资金融通的过程。

某大学计算机系四年级学生小李颇有发明天赋，他设计了一种能清扫房屋、控制家用电器开关的机器人，但是他没有钱去生产这个奇特的发明物。

老张家是个殷实人家，靠多年积累退休时有了一笔不小的存款。

假如老张和小李合作，由老张向小李提供资金，小李的机器人得以诞生，人们的经济社会福利将得到改善：有更加清洁的住宅和汽车，智能化家庭电器管理节省了时间，提高了生活质量。

金融市场的基本功能，就是创造小李和老张相互合作的条件——把那些拥有多余资金的人——老张们的资金，转移给缺乏资金的人——小李们。

更多类似的例子是：联想公司设计了新一代的电子计算机，准备进入商业运作，需要投入启动资金；一个地方政府可能需要资金来修造公路或桥梁；一个贫困家庭的大学生需要钱来交纳大学四年的学习生活费，等等，他们都是资金的需求者。

而社会上也一定存在很多拥有剩余资金的人，他们的财富需要保值和增值，由此产生资金供应的基本源泉。

金融市场的中介机构，通过开发各种金融产品以满足这两种人群的需要。

联想公司可以通过发行股票对新项目进行筹资，地方政府可以发行债券来建设公路桥梁，贫困家庭的大学生可以通过助学贷款来完成学业。

资金的供给者通过购买这些金融产品（股票、债券、储蓄存款等）得到一定的投资回报，实现了财富保值或增值的目的。

这样，资源就通过金融市场完成了合理配置。

可见，金融市场对于增进社会经济福利和经济健康运转至关重要。

.....

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>