

<<金融企业营销管理>>

图书基本信息

书名：<<金融企业营销管理>>

13位ISBN编号：9787301128787

10位ISBN编号：7301128789

出版时间：2008-5

出版时间：北京大学出版社

作者：孙国辉,李煜伟

页数：294

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>

<<金融企业营销管理>>

内容概要

《金融企业营销管理》以现代市场营销理念为指导，以创新为宗旨、系统、务实地研究了金融企业适应市场环境变化、赢得竞争优势的金融营销战略和策略选择问题。

本书在阐释金融营销学基础理论及其最新实践的基础上，分析了金融市场的营销环境和购买者行为，详尽阐述了金融企业的产品策略、价格策略、促销策略、有形展示策略、过程管理策略及人员管理策略。

本书既可作为高等院校金融专业的教材，也适合金融营销实务工作人员阅读。

<<金融企业营销管理>>

书籍目录

第一章 导论 [学习重点] [导入案例] 惠普的金融服务营销 第一节 金融服务领域中营销的产生和发展
第二节 金融企业的主要特点和营销特征 第三节 金融企业的营销哲学及应用 [思考题] [本章小结]
第二章 金融企业的营销战略 [学习重点] [导入案例] 丰田汽车金融公司在中国开业 第一节 金融企业营销的CIS战略 第二节 金融企业营销的竞争战略 [思考题] [本章小结]
第三章 金融企业的营销环境分析 [学习重点] [导入案例] 关联储降息 第一节 金融企业市场营销环境的基本理论 第二节 金融生态环境
第三节 金融生态环境的评价 [思考题] [本章小结]
第四章 金融市场客户行为分析 [学习重点] [导入案例] 用趣味、形象的观念关联复杂、抽象的基金产品 第一节 金融市场个人客户及行为分析 第二节 金融市场机构客户及行为分析 第三节 金融企业市场调查的组织 [思考题] [本章小结]
第五章 金融企业的目标市场管理 [学习重点] [导入案例] 广发银行的金融服务社区 第一节 金融市场的市场细分理论 第二节 金融企业的目标市场 第三节 金融企业的市场定位 [思考题] [本章小结]
第六章 金融企业产品策略 [学习重点] [导入案例] 金融产品的设计 第一节 金融企业的整体产品 第二节 金融企业产品组合 第三节 金融企业产品的生命周期 第四节 金融企业的新产品开发 [思考题] [本章小结]
第七章 金融产品的定价策略 [学习重点] [导入案例] 诚泰银行的信用卡策略 第一节 金融产品定价的基本原理 第二节 金融产品定价的方法 第三节 金融产品定价策略 第四节 金融产品的价格调整 [思考题] [本章小结]
第八章 金融产品分销策略 [学习重点] [导入案例] 新加坡银行分销保险业务强劲增长 第一节 金融企业分销渠道的类型及特征 第二节 金融企业分销渠道的设计 第三节 金融企业分销渠道的管理 第四节 网络银行 [思考题] [本章小结]
第九章 金融产品促销策略 [学习重点] [导入案例] 香港银行信用卡业务的营销策略 第一节 金融产品促销决策的内容 第二节 金融企业的广告策略 第三节 金融企业的人员推销策略 第四节 金融企业的其他促销策略 [思考题] [本章小结]
第十章 金融市场有形展示 [学习重点] [导入案例] 解决银行排队问题要舍得投入 第一节 有形展示在金融营销中的作用 第二节 有形展示的管理 [思考题] [本章小结]
第十一章 金融营销过程管理 [学习重点] [导入案例] 银行柜面管理的新动向 第一节 金融营销过程管理的程序 第二节 金融营销过程分析与评价 [思考题] [本章小结]
第十二章 金融企业营销管理职能的实施 [学习重点] [导入案例] 客户经理制 第一节 金融企业营销计划 第二节 金融营销组织 第三节 金融机构营销控制 [思考题] [本章小结] 参考文献

<<金融企业营销管理>>

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>