

<<工程与营销>>

图书基本信息

书名：<<工程与营销>>

13位ISBN编号：9787302104469

10位ISBN编号：7302104468

出版时间：2005-2

出版时间：清华大学出版社

作者：北京百年建筑文化交流中心 编

页数：229

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>

<<工程与营销>>

内容概要

“ 实战型房地产EMAB课程精华 ” 系列书包括《市场与战略》、《策划与设计》、《工程与营销》和《融资与管理》四册。

该系列书通过对清华大学“ 实战型房地产EMBA研究生课程班 ” 课程讲座内容加以梳理、浓缩和提炼，把房地产界著名学者、高级管理者和行业精英的观点或经验，用案例模式呈现给房地产及相关行业职业经理人，是他们获取房地产理论知识和操作经验的宝贵途径。

本书是其中的《工程与营销》，浓缩了19次精彩课程讲座的内容,在工程部分涉及我国房地产开发流程，建设项目成本控制、合同管理、招投标管理以及物业管理方面的问题；在营销部分涉及推广策略、销售团队管理、案例分析等内容。

书籍目录

01 营的思考, 销的交易02 房地产营销策划03 寻求更有效的营销方法——房地产营销的“技”与“道”04 房地产营销策划与案例分析05 客户心理研究06 中国未来住宅的八大卖点07 超级大盘的推广策略——记紫薇田园都市的推广历程08 合作误区vs双赢合作——开发商与代理商成功合作的要领09 策划创意与设计整合——锁定住区楼盘的链条10 期房营销要素暨售楼中心、样板间设计11 样板间设计与精装修设计12 建立一支强有力的销售团队13 港式会所在北京的成功演绎——朝阳园会所的设计、经营与管理14 房地产项目开发流程15 (工程)项目管理的有关概念16 建设项目费用控制与合同管理17 建设工程的合同管理与成本控制18 工程招投标组织的过程与要点、组织与管理19 中国物业管理法制建设的里程碑——解读《物业管理条例》20 最佳的物业管理介入时期21 物业管理招标投标程序及其要点22 物业服务费的构成与测算23 住宅物业管理的“基本任务”和存在的问题

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>