

<<金融营销>>

图书基本信息

书名：<<金融营销>>

13位ISBN编号：9787313039583

10位ISBN编号：7313039581

出版时间：2005-1-1

出版时间：上海交通大学出版社

作者：王方华,彭娟

页数：411

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

本书以我国金融业现状为背景，结合国外先进的金融理论与实务，阐述了金融营销的基本概念、方法和原则等。

全书共12章：包括绪论、金融业营销环境分析、金融业营销目标市场分析、金融业竞争战略、金融业成长策略、金融业产品生命周期策略、金融业品牌营销、金融业服务营销、金融业营销组合策略、金融业风险管理与营销联动、金融业网络营销、金融业国际营销。

各章都配有案例分析，有助于读者理解和应用金融营销的基本理念、方法和策略，提高实务操作能力。

本书可供高等院校MBA教学和金融领域的同行作为培训教材，也可供有志于金融营销的人士自学进修之用。

<<金融营销>>

作者简介

王方华，教授，博士生导师现任上海交通大学安泰管理学院院长，毕业于复旦大学管理学院管理科学系，主要研究方向为市场营销、战略管理、企业发展理论。在国内外管理学、经济学的刊物上发表了100余篇文章，出版了30多本专著和教材，主持和参与多项重大科研项目。
现为国务院学位为学科评议组成员、全国MBA教育指导委员会委员、中国市场学会副会长。

彭娟，副教授，上海海运学院毕业，获学士学位。
1999年在上海财经大学获会计学硕士学位。
现任上海交通大学安泰管理学院会计与财务学系副系主任，承担本科和MBA的会计、财务管理、审计等课程的教学任务，同时在职攻读企业管理博士学位。
研究方向：营销审计和金融营销。

<<金融营销>>

书籍目录

第1章 绪论 1.1 新经济时代对金融服务业的影响 1.2 金融业营销的发展历程和研究现状 1.3 金融业营销的涵义及特征 1.4 金融业营销的研究基础、对象及内容第2章 金融业营销环境分析 2.1 金融业营销环境概述 2.2 金融业营销的宏观环境分析 2.3 金融业营销的微观环境分析 2.4 金融业营销环境分析的一般方法 2.5 金融业营销环境分析个案第3章 金融业营销目标市场策略 3.1 金融市场的衡量和预测 3.2 金融市场的区割化 3.3 选择目标金融市场 3.4 金融市场定位 3.5 金融业目标营销策略个案第4章 金融业竞争策略 4.1 金融业产业结构分析 4.2 金融业基本竞争战略 4.3 金融业竞争者分析 4.4 金融业竞争策略个案第5章 金融业成长策略 5.1 金融业成长策略概述 5.2 金融业并购的类型与动因 5.3 金融业并购应考虑的因素 5.4 金融业并购策略个案第6章 金融业产品生命周期策略 6.1 金融产品概述 6.2 金融产品导入期策略 6.3 金融产品成长期策略 6.4 金融产品成熟期策略 6.5 金融产品衰退期策略 6.6 金融业产品生命周期个案第7章 金融业品牌营销 7.1 金融业品牌特性及作用 7.2 金融业品牌营销的战略规划 7.3 金融业品牌营销的实施 7.4 金融业品牌价值的评估方法 7.5 金融业品牌营销个案第8章 金融业服务营销 8.1 金融业服务利润链 8.2 金融业员工忠诚管理 8.3 金融业客户关系管理 8.4 金融业服务质量管理 8.5 金融业服务营销个案第9章 金融业营销组合策略 9.1 金融产品创新策略 9.2 金融产品定价策略 9.3 金融产品分销渠道策略 9.4 金融产品促销策略 9.5 金融业营销组合策略个案第10章 金融业风险管理与营销联动 10.1 信贷风险与客户分类营销 10.2 对企业的信贷风险与营销联动 10.3 对个人的信贷风险与营销联动 10.4 金融业风险管理与营销联动个案第11章 金融业网络营销 11.1 金融业网络营销的产生背景 11.2 金融业网络营销概述 11.3 金融业网络营销策略 11.4 金融业网络营销个案第12章 金融业国际营销 12.1 金融业国际营销环境分析 12.2 市场选择分析 12.3 进入市场方式的选择 12.4 国际营销规划、组织决策 12.5 金融业国际营销竞争策略及差距分析 12.6 金融业国际营销个案——中国银行结语 金融业营销展望参考文献 后记

编辑推荐

营销的确是一种神奇的力量，原来的东西一切没变，只要加上了营销的理念和手法，情况会发生一连串使人瞠目结舌的变化。

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>