

<<房地产市场营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场营销>>

13位ISBN编号：9787040179378

10位ISBN编号：7040179377

出版时间：2006-1

出版时间：蓝色畅想

作者：彭加亮

页数：313

字数：380000

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>

<<房地产市场营销>>

内容概要

《房地产市场营销》（第二版）是在第一版的基础上，对近六年理论研究和营销操作实践自新成果进行总结编撰而成。

全书按照房地产项目营销的实际操作过程和工作内容设置章节，共分为12章，主要是按照营销定位、产品设计、营销企划创意、广告策划、案场设计、人员培训与管理、销售管理、营销策略和组织管理等主要方面进行实用型内容设置。

同时，对营销实践工作中常见的市场研究方法和营销信息技术，以及目前房地产营销最新进展做了介绍。

本书理论与实践结合紧密既有理论的研究分析，又有实践的应用方法，使得学习者不仅能学习到房地产营销的知识，而且能了解目前营销的实际应用，更能掌握具体的营销实践的操作。

本书可作为房地产经营管理相关专业的本科生、研究生、专业培训班学员的教学用书，也可作为相关专业的教学科研人员、房地产企业经营人员以及房地产行业管理人员的参考用书。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第一章 房地产营销基础 第一节 市场分析要素 第二节 市场调查与市场预测 第三节 房地产市场细分与目标市场的选择 第四节 消费者行为分析 思考题第二章 房地产产品概念 第一节 房地产产品体系及其策划 第二节 建筑类型与风格 第三节 景观类型与风格 第四节 户型 第五节 小区会所 第六节 产品定位的步骤及定位报告的撰写 思考题第三章 房地产营销主题定位 第一节 主题定位的概念、内容和准则 第二节 主题定位的信息资料准备 第三节 主题定位swOT分析 第四节 主题定位的注意事项 第五节 常见的房地产项目主题定位 思考题第四章 房地产企划创意 第一节 企划创意的概念、特点和作用 第二节 企划创意的要素、原则和思考方法 第三节 企划创意设计 第四节 企划创意方法 思考题第五章 房地产广告策划 第一节 房地产广告的类型 第二节 房地产广告制作 第三节 房地产广告媒体的类型与选择 第四节 房地产广告的预算 思考题第六章 销售案场的设计与包装 第一节 案场设计的作用与原则 第二节 售楼处的设计与包装 第三节 沙盘模型的制作和展示 第四节 样板房的设计与装修 第五节 案场的细节布置与形象包装 思考题第七章 房地产销售管理 第一节 房地产销售流程 第二节 房地产销售前的准备 第三节 房地产销售控制 附录一 商品房认购合同书 附录二 签约须知 附录三 退房申请表 附录四 退款通知单 附录五 按揭银行要求 附录六 优惠申请单 思考题第八章 销售人员的培训与管理 第一节 销售人员的素质、培训与选聘 第二节 案场的日常管理 思考题第九章 房地产营销策略组合 第一节 “4P”营销策略组合 第二节 最新营销组合理论 思考题第十章 房地产营销组织管理 第一节 常见的营销组织结构 第二节 营销组织结构的选择第十一章 房地产营销信息技术第十二章 房地产营销新论参考文献

<<房地产市场营销>>

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>