

<<房地产营销策划>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销策划>>

13位ISBN编号：9787111146711

10位ISBN编号：7111146719

出版时间：2004-8-1

出版时间：机械工业出版社

作者：祖立厂

页数：281

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>

<<房地产营销策划>>

内容概要

《房地产营销策划》以市场营销学和策划学的基本理论为基础，密切结合房地产市场的特点，以工程项目建设全过程的为主线，着眼于房地产项目的全程营销策划，逐步推进房地产项目营销策划的层面，系统阐述了房地产营销策划中的基本理论、基本规律以及操作实务，同时配合有大量的案例。

在《房地产营销策划》编写过程中，编者充分考虑了建筑类、房地产类读者的基础和专业需要，重视理论性，突出可操作性。

《房地产营销策划》不仅可以作为本科院校、高等职业院校、高等专科学校、成人高校等的建筑类、房地产类、工程管理类专业方向或相关学科的专业教材；也可作为建筑企业、房地产企业、营销策划公司或中介代理公司人员的参考或培训用书。

<<房地产营销策划>>

书籍目录

前言第一章 房地产营销策划导论第一节 策划与房地产营销策划第二节 房地产营销策划的原理与主题
第三节 房地产营销策划的模式与指导思想第四节 房地产营销策划组织与程序第二章 房地产市场调查
策划第一节 房地产市场调查的概念、类型与内容第二节 房地产市场调查方法与问卷设计第三节 房地
产市场调查的组织安排第四节 撰写房地产市场调查报告第三章 房地产营销策划分析第一节 房地产消
费的机会威胁分析第二节 竞争者分析第三节 房地产消费者购买行为分析第四节 房地产投资方向的选
择第五节 房地产投资地的选择第六节 房地产投资风险分析第四章 房地产目标市场定位第一节 房地
产市场细分第二节 房地产目标市场选择第三节 房地产产品定位第五章 房地产价格策划第一节 房地
产价格分析第二节 房地产定价方法第三节 房地产定价策略第四节 垂直价差和水平价差的确定第五节 房地
产价格调整策略第六章 房地产营销渠道策划第一节 房地产营销渠道的类型与特征第二节 房地产营销
渠道设计与管理第三节 房地产中介代理第七章 房地产促销组合策划第一节 房地产促销的本质与作用
第二节 房地产促销组合第三节 房地产促销策划第八章 房地产广告策划第一节 房地产广告目标与广告
媒体第二节 房地产卖点（买点）与广告诉求点第三节 房地产广告表现策略第四节 房地产广告预算与
广告效果测定第五节 房地产广告文案写作与广告布局设计第九章 房地产销售推广策划第一节 房地
产销售推广第二节 楼盘的销售推广方式第三节 尾楼与滞销楼盘的销售策划第十章 项目主题概念设计
与形象包装策划第一节 房地产项目的主题概念设计第二节 项目主题概念的演绎与项目整体形象第三
节 楼盘（小区）的命名第四节 楼盘（小区）形象包装第五节 样板房的包装与售楼书的制作第十一章
房地产销售策略与技巧第一节 销售人员的素质和能力第二节 房地产销售程序与销售策略第三节 房地
产销售技巧第十二章 房地产销售有关法律及相关知识第一节 房地产销售的有关法律第二节 购房签约
第三节 住房抵押贷款第四节 房地产税费与产权登记第五节 房地产纠纷的解决附录 星海知音人家前期营
销策划方案参考文献

<<房地产营销策划>>

编辑推荐

其它版本请见：《房地产营销策划（第2版）》

<<房地产营销策划>>

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>