第一图书网, tushu007.com

<<商业银行信贷与营销>>

图书基本信息

书名：<<商业银行信贷与营销>>

13位ISBN编号：9787302204275

10位ISBN编号：7302204276

出版时间：2009-7

出版时间：清华大学出版社

作者：闫红玉 编

页数：263

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

前言

《商业银行信贷与营销》使用几年来，其丰富的知识及资讯，活泼新颖的结构，不仅受到了越来越多高职高专院校的欢迎，而且也受到了银行实务界人士的普遍认同。
该教材被评为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。
为了满足需要，我们结合近年来商业银行信贷业务的新趋势、新动向及营销新策略，对教材进行了修订。

修订后的《商业银行信贷与营销》（第二版）具有如下特色：

1. 符合高职高专教育的培养目标、特点和要求

教材按照教育部对高职高专学生的培养生产、管理和服务第一线应用型人才的目标和要求，以商业银行信贷业务岗位能力的培养为主导设计教材的体系结构，使教学内容与专业、行业的应用及人才培养相适应，实现“工学结合”。

2. 突出信贷营销能力及风险防范能力的培养

教材在介绍信贷业务程序的基础上，注重不同业务品种营销技巧及业务风险分析与防范内容的介绍，体现注重培养学生理论联系实际的能力、信贷业务处理能力、营销能力，以及风险识别与防范能力。
本教材每章所附的思考题及实训题都极具针对性，能够有效提高学生的岗位操作能力。

3. 内容体现实用、新颖、宽泛的特色

教材在介绍商业银行信贷与营销基本知识时，本着理论必需、够用的原则，基础理论知识介绍得较浅、较少，且多以其他栏目介绍相关知识，使学生加深理解，切忌死记硬背；相关案例及其他资料，均为近年来的新案例及资料。
具有较强的知识性和实用性，对金融专业学生及银行信贷工作人员掌握信贷知识、提高专业工作能力具有极大的帮助。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《商业银行信贷与营销》（第二版）是在第一版的基础上，结合近年来商业银行信贷业务的新趋势、新动向及营销新策略进行的修订。
本书针对高职高专的教学特点，在阐述商业银行信贷业务及其营销基本知识和基本技能的基础上，注重不同业务品种营销技巧及业务风险分析与防范知识的传授。
通过“他山之石”、“市场链接”、“小百科”、“案例”栏目，为读者提供大量信息和实例，进一步提高学习者的信贷业务处理能力、营销能力及风险识别与防范能力。
本书可作为高职高专院校财经专业学生的学习用书，也可作为相应层次教育教学用书和商业银行从业人员的参考用书。

书籍目录

第1章　商业银行信贷业务概论 1.1　商业银行信贷业务种类　1.1.1　贷款业务　1.1.2　担保性业务　1.1.3　保理业务　1.1.4　授信业务 1.2　商业银行办理信贷业务的原则　1.2.1　安全性　1.2.2　流动性　1.2.3　赢利性 1.3　商业银行贷款定价　1.3.1　影响商业银行贷款定价的因素　1.3.2　贷款利率的种类　1.3.3　贷款利息的计算　1.3.4　贷款定价 1.4　商业银行的贷款方式　1.4.1　信用贷款　1.4.2　保证贷款　1.4.3　抵押贷款和质押贷款　1.4.4　票据贴现 1.5　商业银行信贷业务流程　1.5.1　通过信贷营销，确定信贷客户　1.5.2　信贷调查　1.5.3　信贷审查和贷款的发放　1.5.4　贷后检查与管理　1.5.5　贷款回收与风险贷款的清收 本章小结 思考题 实训题第2章　商业银行市场营销 2.1　市场营销的基本原理　2.1.1　市场营销的定义　2.1.2　市场营销的基本内容 2.2　商业银行业务市场营销　2.2.1　商业银行营销目标与市场细分　2.2.2　商业银行产品　2.2.3　商业银行产品价格策略　2.2.4　商业银行的产品分销　2.2.5　商业银行产品促销 本章小结 思考题 实训题第3章　短期商业贷款与市场营销　3.1　短期商业贷款的种类及企业收益周期分析　3.1.1　短期商业贷款的概念与种类　3.1.2　企业收益周期分析　3.2　短期商业贷款业务操作流程　3.2.1　拓展客户　3.2.2　接受贷款申请　3.2.3　贷款调查　3.2.4　贷款审查与审批　3.2.5　签订借款合同　3.2.6　贷款发放与贷后检查　3.2.7　贷款收回　3.3　对贷款企业的财务分析　3.3.1　贷款企业财务分析所需要的资料　3.3.2　对贷款企业的赢利能力分析　3.3.3　对贷款企业的偿债能力分析　3.3.4　对贷款企业的资产结构、经营规模与营运能力分析　3.4　短期商业贷款风险及其控制与防范　3.4.1　短期商业贷款的风险分析　3.4.2　短期商业贷款的风险控制与防范　3.5　短期商业贷款市场营销　3.5.1　细分市场，确定目标客户　……第4章　中长期商业贷款与市场营销第5章　消费信贷与市场营销第6章　信用卡业务与市场营销第7章　国际贸易融资业务与市场营销第8章　其他信贷业务与市场营销第9章　商业银行信贷营销业务组织管理参考文献

章节摘录

2. 票据贴现的特点　　票据贴现是一种银行信用与商业信用相结合的银行资产业务，因此，票据贴现也称为票据贴现贷款。
但票据贴现是一种特殊形式的贷款，与一般的贷款形式比较，有许多差别，这正好体现了票据贴现贷款的特点。
（1）资金流动性不同。
由于票据的流通性，票据持有者可到商业银行进行贴现，换得资金。
一般来说，贴现银行只有在票据到期时才能向付款人要求付款，但银行如果急需资金，也可以向中央银行再贴现；而贷款是有期限的，在到期前一般是不能回收的。
（2）利息收取时间不同。
贴现业务中利息的取得是在业务发生时即从票据面额中扣除，是预先扣除利息；而贷款是事后收取利息，它可以在期满时连同本金一同收回，或根据合同规定，定期收取利息。
（3）利息率不同。
通常情况下，票据贴现的利率低于贷款利率，因为持票人贴现票据的目的是为了得到现时可用的资金，并非没有这笔资金。
如果贴现率太高，则持票人融通资金的负担过重，成本过高，贴现业务就不可能发生。
（4）资金使用范围不同。
持票人在贴现了票据以后，就完全拥有了资金的使用权，他可以根据自己的需要使用这笔资金，而不会受到贴现银行的任何限制。
但借款人在使用贷款时，要受到贷款银行的审查、监督和控制，因为贷款资金的使用情况直接关系到银行能否很好地回收贷款。
（5）债务债权的关系人不同。
贴现的债务人不是贴现申请人而是出票人即付款人，遭到拒付时才能向贴现人或背书人追索票款。
而贷款的债务人就是申请贷款的人，银行直接与借款人发生债务关系。
有时银行也会要求借款人寻找保证人以保证偿还款项，但与贴现业务的关系人相比还是简单得多。
（6）资金的规模和期限不同。
票据贴现的金额一般不太大，每笔贴现业务的资金规模有限，可以允许部分贴现。
票据的期限较短，我国《贷款通则》规定，票据贴现期限最长不得超过6个月。
然而贷款的形式多种多样，期限长短不一，规模大小不等，贷款到期时，经银行同意，借款人还可继续贷款。

第一图书网, tushu007.com

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