

<<银行营销学>>

图书基本信息

书名：<<银行营销学>>

13位ISBN编号：9787306023681

10位ISBN编号：7306023683

出版时间：2004-9

出版时间：中山大学出版社

作者：郝渊晓

页数：367

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>

<<银行营销学>>

内容概要

本书围绕银行营销这一主题，全面系统地介绍了银行营销的基本理论和基本方法、银行营销的战略和规划、银行营销调研、银行营销的组合策略、银行营销组织、管理和风险控制，以及我国加入WTO后银行国际化营销的对策等。

本书内容新颖，体现理论性、实践性的统一，适合高等院校金融学和财经类、管理类专业作教材，也可供银行从业人员以及社会读者使用。

<<银行营销学>>

作者简介

郝渊晓，1960年生于陕西大荔。

1985年毕业于陕西财经学院工业经济系，并留校任教，现任西安交通大学经济金融学院教授、硕士生导师，兼任中国市场学会理事、中国高等院校市场学研究会常务理事、副秘书长；中国拍卖行业协会理论委员会委员；陕西省拍卖行业协会副会长、陕西省拍

<<银行营销学>>

书籍目录

总序前言第一章 银行营销管理理论 第一节 银行营销的产生与发展 第二节 银行营销观念与理论 第三节 我国银行营销管理 第四节 银行营销管理学的研究与内容 本章小结 复习思考题第二章 银行营销环境分析 第一节 银行营销环境 第二节 影响银行营销的宏观环境 第三节 影响银行营销的微观环境 本章小结 复习思考题第三章 银行营销战略规划 第一节 银行战略与战略管理 第二节 银行营销战略规划过程 第三节 银行营销竞争战略 本章小结 复习思考题第四章 银行营销调研 第一节 银行营销调研的地位及功能 第二节 银行客户信息资料 第三节 银行营销调研方法 第四节 银行调查问卷设计技术 本章小结 复习思考题第五章 银行客户行为分析 第一节 银行客户特征 第二节 银行客户行为分析 第三节 银行客户价值评估方法 第四节 银行忠诚客户培养 本章小结 复习思考题第六章 银行营销目标市场战略选择 第一节 银行营销中市场细分策略 第二节 银行客户市场细分 第三节 银行目标市场战略选择 第四节 银行营销目标市场定位策略 本章小结 复习思考题第七章 银行产品开发策略第八章 银行营销价格策略第九章 银行分销渠道策略第十章 银行促销策略第十一章 银行品牌形象策划第十二章 银行客户关系营销管理第十三章 银行营销组织与风险控制第十四章 银行营销的国际与本土化主要参考文献

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>