

<<我国商业银行营销管理研究>>

图书基本信息

书名：<<我国商业银行营销管理研究>>

13位ISBN编号：9787307083615

10位ISBN编号：7307083612

出版时间：2010-12

出版时间：武汉大学出版社

作者：潘海英

页数：230

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>

<<我国商业银行营销管理研究>>

内容概要

《我国商业银行营销管理研究》将丰富我国商业银行营销管理理论体系，推动商业银行营销管理研究的进一步发展。

《我国商业银行营销管理研究》也将为我国商业银行开展营销活动提供较完整的理论指导，有助于我国银行界树立知识战略管理的理念，实现营销管理的知识化、营销决策的科学化，并增强营销活动的针对性和系统性。

<<我国商业银行营销管理研究>>

书籍目录

第1章 绪论1.1 研究背景和意义1.1.1 研究背景1.1.2 研究意义1.2 商业银行营销和营销管理概述1.2.1 商业银行营销和营销管理的内涵1.2.2 商业银行营销管理与服务质量1.3 商业银行营销管理的发展1.3.1 西方商业银行营销管理的发展历程1.3.2 我国商业银行营销管理的发展1.4 研究思路和内容1.4.1 研究框架1.4.2 主要研究内容第2章 我国商业银行营销模式的创新2.1 我国商业银行营销模式创新的系统分析2.1.1 商业银行营销理念的创新2.1.2 商业银行营销方法的创新2.1.3 商业银行营销机制的创新2.2 银行业竞争问题的博弈分析2.2.1 商业银行客户金融事务决策过程2.2.2 银行业竞争问题的博弈分析2.3 小结第3章 我国商业银行营销管理系统的构建3.1 我国商业银行营销管理系统构建的基本思路3.2 我国商业银行企业文化建设与人力资源管理的契合3.2.1 建设商业银行企业文化3.2.2 重构商业银行人力资源管理机制3.2.3 实现商业银行企业文化建设与人力资源管理的契合3.3 实施客户关系管理, 创新我国商业银行营销理念3.3.1 银行客户关系管理和客户经理制的比较3.3.2 客户关系管理在我国银行业中的实施3.4 我国商业银行营销管理系统的构建3.4.1 商业银行营销过程的系统分析3.4.2 广东发展银行信用卡产品的差异市场策略及评析3.4.3 我国商业银行营销管理系统的总体结构3.5 小结第4章 我国商业银行营销信息系统的设计与开发4.1 对商业银行营销信息系统的深度认识4.2 我国商业银行营销信息系统的基本架构4.3 内部报告子系统4.3.1 对客户关系管理软件系统各构成模块的分析4.3.2 构成内部报告系统的其他模块4.3.3 数据仓库—传统数据库的未来发展4.4 营销情报子系统4.5 营销研究子系统4.5.1 商业银行营销研究的主要内容4.5.2 商业银行营销研究中信息资料的收集4.6 营销分析子系统4.6.1 我国商业银行营销分析子系统的基本结构4.6.2 基于数据仓库的商业银行营销分析子系统的设计4.6.3 数据挖掘及其在商业银行营销分析中应用的展望4.7 小结第5章 我国商业银行营销计划系统的建设5.1 银行战略计划和我国商业银行营销战略分析5.1.1 商业银行营销战略的制定5.1.2 商业银行营销战略地位的SWOT分析5.1.3 SWOT商? 银行营销战略分析模型5.1.4 商业银行营销战略的选择5.2 我国商业银行营销计划系统的内容体系5.3 我国商业银行营销策略管理和优化5.3.1 商业银行营销组合策略5.3.2 商业银行服务产品策略分析5.3.3 商业银行服务产品定价策略分析5.3.4 商业银行服务产品分销策略分析5.3.5 商业银行服务产品促销策略分析5.4 我国商业银行营销策略创新分析5.4.1 商业银行服务产品的创新--重点发展中间业务5.4.2 商业银行品牌策略的实施5.4.3 商业银行扩展性营销组合要素的管理5.5 小结第6章 我国商业银行营销计划的执行和控制6.1 商业银行的营销执行6.2 我国商业银行营销控制系统的结构体系6.2.1 商业银行营销控制的一般过程6.2.2 我国商业银行营销控制系统的基本结构6.3 我国商业银行年度计划控制的定量分析6.3.1 业务量状况分析6.3.2 市场份额分析6.3.3 营销费用率分析6.4 我国商业银行财务分析与盈利能力控制的定量分析6.4.1 商业银行财务分析现状评析6.4.2 商业银行财务分析系统的构建6.4.3 商业银行盈利能力分析与控制6.4.4 ABC银行财务综合状况的实证分析6.5 我国商业银行营销效率控制6.6 我国商业银行营销战略控制: 营销审计6.7 小结第7章 我国商业银行营销绩效综合评价7.1 商业银行营销绩效综合评价概述7.2 我国商业银行营销绩效综合评价指标体系的建立7.2.1 建立指标体系的基本原则7.2.2 商业银行营销绩效综合评价指标体系的框架设计及指标值的确定7.3 层次分析法模型的构建7.3.1 层次分析法的基本原理7.3.2 层次分析法模型的改进7.4 应用分析7.5 小结第8章 结论8.1 主要结论8.2 创新点8.3 研究体会与课题未来研究重点参考文献后记

<<我国商业银行营销管理研究>>

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>