

<<银行营销学>>

图书基本信息

书名：<<银行营销学>>

13位ISBN编号：9787504933874

10位ISBN编号：7504933872

出版时间：2004-6-1

出版时间：中国金融出版社

作者：袁长军

页数：220

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>

## &lt;&lt;银行营销学&gt;&gt;

## 内容概要

鉴于目前适合于大学、金融机构培训及第三类教育机构各科学生使用的银行营销方面的基础教材十分缺乏，而且，金融专业的学生及金融从业人员也急需一本有一定深度的探讨银行营销相关问题与理论的书籍。

更进一步地说，为了更好地使读者了解银行营销活动的理论和实践，推动我国银行营销管理的发展，我编写了这本《银行营销学》。

全书共分为十一章，系统地讲解和诠释了商业银行营销管理的主要内容、策略及其方式、方法。

第一章是银行营销导论，论述了银行营销的属性、意义、特点及发展，并着重分析了银行营销目前在我国的发展趋势；第二章较全面地分析了银行营销的环境及银行的市场细分与科学的市场定位；第三章与第四章分别介绍银行营销战略与营销计划；第五章至第九章比较深入地阐述银行营销的具体策略，主要包括产品策略、定价策略、分销策略、促销策略及CIS策略、人才策略与CRM策略；第十章介绍了银行营销过程中，组织管理与控制的方法；第十一章结合国外银行的营销现状，全面地分析了我国目前银行营销的问题和今后的发展趋势。

本书认为现代银行营销的竞争和发展已经开始突破传统金融产品业务的框架，进入了一个“以客户为中心”的积极变革时代，注重收集客户信息，充分加强与客户的沟通与理解，进行科学的关系营销管理(CRM)，并进行充分的数据挖掘、分析和创新服务，设计出高附加值、个性化的金融产品，为客户提供完善、科学的金融服务已经成为现代商业银行经营的核心。

## 作者简介

袁长军，男，1963年出生，留学回国人员。

日本国立金泽大学经济学教育硕士，对外经济贸易大学货币金融学专业教师；全国日本金融学会理事；教育部留学回国人员科研启动基金评审专家委员会专家；北京市金融经济学骨干教师。

其论文获得北京大学首都发展研究院征文的郑重奖励。

曾组织完成多项国家级、部级科研任务。

其中《WTO中的金融服务自由化问题研究》获得教育部重点课题奖项(项目号：WJ2002148)。

论文《奥运与中国金融的发展》获得北京大学首都发展研究院的优秀论文三等奖。

先后在国家一级刊物及核心刊物《管理世界》、《金融与保险》、《金融科学》、《日本学》、《经济参考报》、《市场报》、《金融时报》等发表学术专业文章30多篇。

## &lt;&lt;银行营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 导论 1.1 银行营销属于服务营销的范畴 1.2 市场营销的定义 1.3 银行营销及其特点  
1.4 银行营销系统的主要组成部分 1.5 银行营销与一般工商企业营销相比的特点 1.6 银行营  
销必须完成的几项任务 1.7 银行营销的七个主要发展阶段 1.8 第二次世界大战以后银行营销发  
展的主要原因 1.9 发展银行营销对我国银行业的重要意义 1.10 我国银行营销存在的主要问题及将  
来的发展趋势 专栏：金融服务的质量、客户关系和道德问题第二章 银行营销的市场分析 2.1 银  
行营销环境 2.2 银行营销的一般环境 2.3 银行营销的具体环境 2.4 银行营销环境的特征 2.5  
市场调研的内容和方法 2.6 市场细分的概念和作用 2.7 银行目标市场的定义与选择策略 2.8  
目标市场定位及市场定位的方式 专栏：美国大通曼哈顿银行与香港汇丰银行的市场定位第三章  
银行营销战略 3.1 营销战略及其作用 3.2 银行营销战略的主要内容 3.3 银行营销战略的主要  
特征 3.4 银行营销战略的主要类型 3.5 影响选择营销战略的两大主要因素 专栏：如何构造银行  
内部营销机制第四章 银行营销计划 4.1 银行营销计划的基本概念 4.2 营销计划对营销活动的具  
体意义 4.3 营销计划的主要内容 4.4 营销计划的主要评定标准 4.5 如何运行营销计划 专栏  
：中国建设银行某城市分行对个人消费信贷产品的营销计划第五章 银行营销中的产品策略 5.1 银  
行各种产品的具体定义 5.2 金融企业中银行产品的特点 5.3 银行的中间业务产品 5.4 银行产  
品生命不同周期的特点及其营销策略 5.5 银行开发新产品的种类 5.6 银行产品开发与创新的重要  
意义 5.7 进行银行产品开发与创新的流程与程序 专栏：中国工商银行首家推出“支票直通车”服  
务第六章 银行营销中的定价策略第七章 银行营销中的分销策略第八章 银行营销中的促销策略第  
九章 银行营销中的其他策略第十章 银行营销组织的管理第十一章 国外银行营销状况与资银行营  
销趋势总复习题参考文献

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>