

<<金融营销学>>

图书基本信息

书名：<<金融营销学>>

13位ISBN编号：9787509514245

10位ISBN编号：750951424X

出版时间：2009-9

出版时间：中国财政经济出版社一

作者：张雪兰，黄彬 主编

页数：295

字数：313000

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>

<<金融营销学>>

内容概要

金融营销学是金融学与营销学交叉学科，也是近年来最活跃的金融学分支学科之一。

打好坚实的金融营销知识基础。

使学生对该学科的基本理论与基本研究技术的原理有较全面和清晰的理解，是投资理财专业学生对相关专业知识的学习和研究工作的共同需要。

据此，我们根据全国高等教育自学考试大纲的要求，组织在教学第一线从事多年金融营销学教学并具有丰富实践经验的教师编写了《金融营销学》一书。

在编写过程中，我们参考了国内夕卜大量金融营销理论写实践的书籍、报刊资料，以服务营销的7P为基础，力争以平。

实、简洁的语言阐述金融营销这一领域成熟的理论和观点。

尽管因此而面目严肃甚至稍显沉闷，与时下金融营销教材轻松活泼的风格有所差异。

但我们认为，这既保证了学科知识框架的完整性，又会给授课教师留下诸多发挥的空间。

<<金融营销学>>

书籍目录

第一章 金融服务营销概论 第一节 金融服务营销的内涵及特性 第二节 金融服务营销的演变历程 第三节 金融服务营销的基本内容第二章 金融营销战略分析 第一节 金融营销的外部环境分析 第二节 金融营销内部环境分析 第三节 金融服务的S—T—P策略 第四节 金融服务营销的综合战略分析第三章 金融服务购买行为 第一节 金融服务购买行为概述 第二节 金融服务购买行为模式 第三节 金融服务购买决策过程 第四节 影响购买行为的因素第四章 金融服务营销调研 第一节 金融服务营销调研概述 第二节 金融服务营销调研的内容 第三节 金融服务营销调研的程序 第四节 金融服务营销调研的方法及工具第五章 金融服务产品策略 第一节 金融服务产品概述 第二节 金融服务产品组合及生命周期策略 第三节 金融新产品开发 第四节 金融服务产品品牌策略第六章 金融服务定价策略 第一节 金融服务定价概述 第二节 金融服务定价方法 第三节 金融服务营销价格策略第七章 金融服务促销策略 第一节 金融服务促销与促销组合 第二节 广告策略 第三节 人员推销 第四节 公共关系 第五节 销售促进 第六节 整合营销传播第八章 金融服务分销策略 第一节 金融服务分销概述 第二节 金融服务分销渠道的设计与管理 第三节 金融服务分销的相关策略第九章 金融服务有形展示策略 第一节 有形展示概述 第二节 金融服务有形展示的管理 第三节 金融服务有形展示与服务环境第十章 金融服务质量管理策略 第一节 金融服务质量管理 第二节 金融服务人员管理策略第十一章 金融服务客户关系管理主要参考文献

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>