

<<现代金融企业营销>>

图书基本信息

书名：<<现代金融企业营销>>

13位ISBN编号：9787542902238

10位ISBN编号：7542902237

出版时间：1994-10

出版时间：立信会计出版社

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>

<<现代金融企业营销>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 金融企业的性质、职能和作用

第二节 现代金融企业营销的内涵和特点

第三节 西方国家金融企业推行营销管理的历史回顾及其动因

第四节 我国金融企业强化营销观念，逐步推行营销管理的必要性

第二章 金融市场调研

第一节 金融市场环境分析

第二节 金融市场调研的方法

第三节 金融市场预测

第三章 金融企业的营销战略

第一节 金融企业的战略管理

第二节 金融市场细分和定位

第三节 金融企业营销战略的选择

第四章 金融企业形象战略及其形象识别系统

第一节 塑造企业形象

第二节 企业形象识别系统的构成与功能

第三节 塑造企业形象的原则和要求

第五章 金融产品策略

第一节 金融产品的涵义

第二节 金融产品开发的基本形式、目标、方法及战略选择

第三节 金融新产品开发过程

第四节 主要金融新产品及其启示

第五节 金融服务方向

第六章 金融产品的定价策略

第一节 金融产品定价的原理、标准和目标

第二节 确定产品的需求和成本

第三节 金融产品定价方法

第四节 各类金融产品的定价

第七章 金融产品和服务的促销策略

第一节 广告

第二节 人员推销

第三节 公共宣传和公共关系

第四节 销售促进

第五节 促销组合策略及其运用

第八章 金融企业的分销渠道

第一节 金融服务和产品的分销渠道

第二节 金融企业分销渠道的拓展

第三节 金融网点的地点选择

第四节 ATM的发展及其他分销渠道形式

<<现代金融企业营销>>

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>