

<<房地产营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销>>

13位ISBN编号：9787542912480

10位ISBN编号：7542912488

出版时间：2004-5

出版时间：立信会计出版社

作者：邓永成

页数：409

字数：344000

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>

<<房地产营销>>

内容概要

本书具有三个基本特征：第一，现代营销理论与房地产经营紧密结合。

近年来以房地产营销命名的书不少，但都有一个明显的缺点，即比较多的是讲述营销学的一些基本管理，没有和房地产经营实际相融合。

房地产是一非常特殊的商品，经营中无法直接照搬营销的某些原理，因此现有的房地产营销著作对房地产营销实践指导意义不大。

本书从房地产经营的特殊性出发，阐述房地产营销的一些特有的范畴和独特的营销手段，可以说是开创一个新的营销理论体系——为房地产营销做了重要的基础性工作。

第二，涉及内容广泛。

首先，本书全面阐述了房地产营销的各个方面，包括房地产消费投资的分析、房地产市场的分析、房地产营销的特征与过程、房地产调研、房地产产品策略、房地产价格策略、房地产广告策略、房地产估价方法等等；其次，本书对房地产营销必须掌握的相关知识，如房地产金融、房地产法规以及物业管理都作了比较详细的介绍。

第三，理论密切联系实际。

书中对房地产营销规律作了一引起探索，职房地产市场的特征、供求规律、房地产营销的特征、营销在房地产开发中的地位、房地产营销的创意源以及我国房地产营销的发展与创新等等。

同时，由于书中比较详细地介绍了房地产经营中的一些基本原理、一般公式和具体方法，因而本书又有很强的实用性。

<<房地产营销>>

书籍目录

第一章 房地产与房地产业 第一节 房地产的特征 第二节 房地产行业第二章 房地产市场 第一节 房地产市场的结构 第二节 房地产市场的特征 第三节 房地产市场供求规律分析 第四节 影响房地产市场的因素第三章 房地产投资 第一节 房地产投资的特征 第二节 房地产投资的目的与风险 第三节 房地产投资效益分析 第四节 房地产投资效益分析案例第四章 房地产营销的特征 第一节 营销贯穿房地产开发全过程 第二节 房地产营销的特征 第三节 我国房地产营销的发展第五章 房地产营销调研 第一节 房地产营销调研的任务 第二节 房地产市场调研的内容 第三节 房地产市场调研的方式与方法 第四节 房地产市场调研的程序 第五节 商业用房地产市场调研的要点第六章 房地产产品策略 第一节 房地产产品分析 第二节 房地产概念开发 第三节 房地产的命名第七章 房地产营销定价 第一节 地产价格的确定 第二节 房地产价格的构成 第三节 房地产定价方法和策略 第四节 房租的确定第八章 房地产广告 第一节 房地产广告概述 第二节 房地产广告语 第三节 房地产广告媒体第九章 房地产估价 第一节 房地产估价原理 第二节 房地产收益估价法 第三节 房地产成本估价法 第四节 房地产市场估价法第十章 房地产金融第十一章 物业管理第十二章 房地产法律附录一 附录二附录三

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>