

<<银行企业全球营销战略研究>>

图书基本信息

书名：<<银行企业全球营销战略研究>>

13位ISBN编号：9787561830666

10位ISBN编号：7561830661

出版时间：2009-8

出版时间：天津大学出版社

作者：刘侠

页数：197

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>

<<银行企业全球营销战略研究>>

内容概要

近年来，金融全球化势不可挡。

从现实背景看，各种跨国银行蓬勃发展的全球化现状都强烈呼唤相应理论的支撑。

从理论背景看，一般意义的全球营销战略模型在适应具体行业时存在着理论缺失和针对性差的缺陷，而且现有银行跨国经营领域的研究鲜有基于全球化视角的研究成果。

因此，针对银行企业的全球营销战略研究显得日益重要。

本书基于一般意义的全球营销战略和银行国际化战略的双重理论研究轨迹和对汇丰、渣打、花旗等全球知名跨国银行在华分支机构的实地访谈，开发、构建了银行全球营销战略维度及其与绩效关系的概念模型，并基于66家在华跨国银行的样本数据进行了实证测评，得到了相关结论和中国银行企业应对全球竞争的战略思考。

<<银行企业全球营销战略研究>>

书籍目录

第一章 引言 第一节 研究背景 第二节 研究主题及研究意义 第三节 研究框架、技术路线及创新点
第二章 银行相关定义及其国际化发展 第一节 银行相关定义 第二节 银行国际化发展历程 第三节 银行国际化发展现状
第三章 文献综述 第一节 全球营销战略理论研究 第二节 全球服务营销战略理论研究 第三节 银行国际化战略研究 第四节 基于文献梳理的评价
第四章 银行全球营销战略维度的开发、创建及其与绩效关系的概念模型 第一节 概念模型的提出- 第二节 概念模型提出和创建的理论依据：GMS模型 第三节 以理论阐述和延伸为主、个案访谈为辅的模型构建方法 第四节 银行全球营销战略维度的创制及界定 第五节 银行全球营销战略维度与绩效关系的研究假设
第五章 实证研究设计 第一节 调研对象的界定及整体流程设计 第二节 样本选择标准的确立及样本筛选 第三节 调研实施过程 第四节 开发测量量表
第六章 数据分析及结果 第一节 数据分析方法选择 第二节 回收样本基本特征 第三节 模型各变量描述性统计分析 第四节 测量模型的信度及效度检验 第五节 假设检验及数据结果
第七章 研究结论、管理启示、研究贡献及未来研究方向 第一节 研究结论 第二节 管理启示：对中国商业银行的战略借鉴 第三节 研究主要贡献 第四节 研究局限及未来研究方向
附录参考文献致谢

<<银行企业全球营销战略研究>>

章节摘录

第一章 引言 本章首先从现实背景和理论背景两个层面引出本书的研究主题，即“银行全球营销战略维度的开发、创建及其与绩效关系的模型构建”，并提炼和阐述了该主题的理论和实践意义及价值，最后给出实施该主题研究的整体逻辑框架、技术路线以及该研究区别于以往研究的关键创新点所在。

第一节 研究背景 21世纪是经济和金融日益全球化的世纪。随着信息技术的迅猛发展和知识经济时代的到来，全球范围内的银行业正在经历着翻天覆地的变革，金融市场全球一体化的发展趋势正日益显现。当今，银行跨国经营正处于从简单到复杂、从初级到高级、从国际化到全球化的演变过程中，如何应用已有的全球营销理论并基于银行企业的特征来创新性地开发、创建指导银行参与全球市场竞争的银行全球营销战略模型及其维度，无论从现实还是理论背景来讲都显得越发重要。这主要基于三方面原因：一是跨国银行蓬勃发展的全球化现实背景强烈呼唤相应理论的支撑；二是一般意义的全球营销战略模型在适应具体行业时存在着理论缺失和针对性差的缺陷（Lovelock&Yip，1996；Lovelock，1999；吴晓云等，2007）；三是现有银行跨国经营领域的研究鲜有基于全球化视角的研究成果。

.....

<<银行企业全球营销战略研究>>

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>