

<<房地产营销概论>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销概论>>

13位ISBN编号：9787564051020

10位ISBN编号：7564051027

出版时间：2011-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：陈港 编

页数：267

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>

<<房地产营销概论>>

内容概要

陈港编著的《房地产营销概论(第2版)》以市场营销学的基本理论为基础, 密切结合房地产市场的特点, 以工程项目建设全过程为主线, 着眼于房地产项目的全程营销, 逐步推进房地产项目营销的层面, 系统阐述了房地产营销中的基本理论、基本规律以及操作实务, 同时每章配有大量的思考题和案例分析。

在本书编写过程中, 编者充分考虑了营销类、房地产类、建筑类读者的基本需要和专业需要, 重视理论性, 突出可操作性。

本书不仅可以作为高等院校房地产营销策划类、建筑类、房地产类、工程管理类专业方向或相关学科的专业教材, 也可作为营销策划公司、中介代理公司、建筑企业以及房地产企业相关人员的参考或培训用书。

<<房地产营销概论>>

书籍目录

第一章 房地产市场营销导论

- 1.1 市场营销的概述
 - 1.1.1 市场营销的含义
 - 1.1.2 市场营销理论的形成与发展
 - 1.1.3 市场营销观念的演变
- 1.2 房地产与房地产市场
 - 1.2.1 房地产的整体概念
 - 1.2.2 房地产的特性
 - 1.2.3 房地产市场的概念
 - 1.2.4 房地产市场的特征
 - 1.2.5 房地产市场的分类
- 1.3 房地产市场营销的概述
 - 1.3.1 房地产市场营销的含义及特性
 - 1.3.2 我国房地产市场营销的发展历程
 - 1.3.3 房地产市场营销的研究对象、范围和内容

第二章 房地产市场调查与研究

- 2.1 房地产市场调查概述
 - 2.1.1 房地产市场调查的概念
 - 2.1.2 房地产市场调查的步骤
- 2.2 房地产市场调查的主要内容、方法与问卷设计
 - 2.2.1 房地产市场调查的内容
 - 2.2.2 房地产市场调查的主要方法
 - 2.2.3 房地产市场调查的问卷设计
- 2.3 调查结果分析与调查报告的编写
 - 2.3.1 资料整理
 - 2.3.2 资料的分析与解释
 - 2.3.3 市场调查报告的撰写

第三章 购房者的需求分析

- 3.1 购房者对环境的需求分析
 - 3.1.1 适居性(基本物质性需求)
 - 3.1.2 识别与归属(社会心理)
 - 3.1.3 文化与活力(人文环境)
- 3.2 购房者对小区功能需求的分析
 - 3.2.1 购房者对道路交通和道路停车用地的需求分析
 - 3.2.2 购房者对公共服务设施的需求分析
 - 3.2.3 购房者对绿地与户外活动场地的需求分析
- 3.3 购房者对房屋产品需求的分析
 - 3.3.1 住宅建筑类型与购房者需求
 - 3.3.2 建筑风格与购房者需求
 - 3.3.3 户型功能与购房者需求

第四章 房地产市场的竞争者与竞争策略

- 4.1 房地产市场竞争与竞争优势
 - 4.1.1 房地产市场竞争
 - 4.1.2 房地产市场竞争优势
- 4.2 房地产市场竞争对手分析

<<房地产营销概论>>

- 4.2.1 竞争对手的识别与确认
- 4.2.2 竞争对手的分析与判断
- 4.2.3 竞争情报系统
- 4.3 房地产市场的基本竞争策略
- 4.3.1 核心竞争力与竞争态势
- 4.3.2 基本竞争战略

第五章 房地产营销策略

- 5.1 房地产营销策略概述
- 5.2 房地产产品策略
- 5.2.1 房地产整体产品的概念
- 5.2.2 房地产产品的类型
- 5.2.3 房地产品牌策略
- 5.3 房地产价格策略
- 5.3.1 房地产价格的构成因素
- 5.3.2 影响房地产价格的主要因素

第六章 房地产项目形象包装策略

第七章 房地产销售策略

第八章 房地产客户关系管理

第九章 房地产项目选址规划

附录

参考文献

<<房地产营销概论>>

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>