

<<银行营销导论>>

图书基本信息

书名：<<银行营销导论>>

13位ISBN编号：9787810786843

10位ISBN编号：7810786849

出版时间：2006-8

出版时间：对外经济贸易大学

作者：邹亚生

页数：350

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>

<<银行营销导论>>

内容概要

金融学专业的教材建设建立在金融学科的课程建设基础上，而后者则体现着金融学的学科内涵教学内容。

经济学从真实世界抽象出经济问题，并试图从中推导具有政策的价值的一般性理论。

因此，任何经济理论都具有时代特征。

金融学在研究也不例外。

鉴于对金融学的学科内涵和教学内容的认识和理解，学院在2002-2005年先后3次调整了本科的培养方案。

目前，金融学院的金融学专业和金融工程专业的课程体系已相对成熟。

学院教材建设的目标是：紧紧围绕学院学科建设目标，在掌握金融科学的国际上的最新实践、科研和教学的基础上，结合优势、特色、抓好重点，锤炼精口，争取在未来5年内建立起新的教材体系，实现专业课程的教材配套。

<<银行营销导论>>

作者简介

邹亚生，工学学士、经济学博士、副教授，现任对外经济贸易大学金融学院副院长。从事企业战略管理、现代公司治理、现代金融企业营销等领域的教学与研究工作。曾出版《中小企业发展战略研究》、《农村合作银行发展模式研究》等多部专著，并发表论文数篇。在长期从事教学研究的同时，参与多家公司的改制方案设计与实施，兼任多家企业的咨询顾问及培训师。特别担任中国航空工业集团公司战备发展专家组成员，民生银行培训中心特约培训师。

<<银行营销导论>>

书籍目录

第一章 银行营销概述第一节 什么是营销第二节 服务营销与银行营销第三节 客户价值与银行营销第四节 商业银行营销观念的创新和发展第五节 我国银行业的营销本章小结本章思考题第二章 银行营销策划原理第一节 营销策划的含义和重要性第二节 营销策划的过程本章小结本章思考题第三章 银行营销中的信息系统第一节 市场营销信息系统第二节 银行营销调研第三节 营销调研的应用和趋势本章小结本章思考题第四章 银行营销环境分析第一节 银行营销环境概述第二节 宏观环境因素分析第三节 微观环境因素分析第四节 宏观环境变化实例：加入WTO本章小结本章思考题第五章 银行市场细分第一节 银行营销战备分析第二节 银行的市场细分本章小结本章思考题第六章 银行的目标市场与竞争战略第一节 银行目标市场选择第二节 银行竞争战略选择本章小结本章思考题第七章 银行市场定位战略第一节 商业银行市场定位过程第二节 商业银行的产品定位战略第三节 商业银行的形象定位战略（CIS）本章小结本章思考题第八章 银行产品营销策略第一节 银行产品概述第二节 银行产品组合策略第三节 银行产品的生命周期策略第四节 银行新产品的开发和创新本章小结本章思考题第九章 商业银行定价策略第十章 银行营销渠道策略第十一章 银行营销中的广告与公共关系第十二章 银行客户关系管理第十三章 关系营销与整合营销第十四章 网络银行营销参考文献后记

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>