

<<现代商业银行营销>>

图书基本信息

书名：<<现代商业银行营销>>

13位ISBN编号：9787302085805

10位ISBN编号：7302085803

出版时间：2004-1

出版时间：清华大学出版社

作者：欧阳卓飞

页数：245

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>

<<现代商业银行营销>>

内容概要

在经济全球化和我国加入WTO的新形势下，现代商业银行之间的竞争骤然加剧，对商业银行营销进行研究并按照现代营销理论从事商业银行营销运作，已成为我国银行业界的必然选择。

本书在对现代商业银行营销的含义与特点、营销观念、营销调研、消费者与客户行为、营销战略等基础理论进行论述的基础上，分析了商业银行营销的产品、定价、分销渠道和促销策略。

同时，对商业银行公共关系不营销、商业银行企业文化、商业银行企业形象策略、商业银行存贷款业务和信用卡业务市场营销做了专门介绍。

作者既注意了现代商业银行营销理论的系统与完整阐述，又重视了商业银行营销实务的研讨。

本书可供商业银行各级管理人员与营销人员阅读参考，也可用作高等院校金融专业教材。

<<现代商业银行营销>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 商业银行与商业银行营销 第二节 商业银行营销观念 第三节 我国商业银行开展营销的意义第二章 商业银行营销调研 第一节 商业银行营销环境 第二节 商业银行营销调研的作用、调研原则与程序 第三节 商业银行营销调研的方法 第四节 营销调研在商业银行营销中的应用案例第三章 商业银行消费者与客户行为 第一节 消费者行为和态度 第二节 机构客户购买行为第四章 商业银行营销战略第五章 商业银产品策略第六章 商业银行定价策略第七章 商业银行分销渠道策略第八章 商业银行促销策略第九章 商业银行公共关系营销第十章 商业银行企业文化第十一章 商业银行企业形象策略第十二章 商业银行主要业务营销主要参考文献后记

<<现代商业银行营销>>

编辑推荐

20世纪90年代以后，随着国有银行商业化进程的加快，以及新兴商业银行的发展，特别是在经济全球化和我国加入WTO的新形势下，原有的市场分割垄断格局逐渐被打破，市场被重新瓜分，客户重新组合，各商业银行之间的竞争骤然加剧。

因此，对商业银行营销进行研究已成为我国银行业界必然面对的重大课题。

<<现代商业银行营销>>

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>