

<<保险市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<保险市场营销学>>

13位ISBN编号：9787302134206

10位ISBN编号：7302134200

出版时间：2006-8

出版时间：清华大学

作者：徐昆

页数：348

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>

<<保险市场营销学>>

内容概要

本书按照国际“保险市场营销”的课程体系、针对高职高专教学特点编写，内容涵盖了国家职业资格证书（保险代理人、保险公估人和保险经纪人）的考试大纲相关保险法律法规对保险市场营销的要求。

本书理论联系实际，充分考虑保险市场营销体系和未来的发展，力求语言简洁，内容紧凑。在培养学生全面掌握基础知识的同时，更注重培养实际能力。

本书主要对保险营销的环境、保险购买者的行为、保险营销信息管理与营销调研、保险市场、保险产品、保险营销渠道与保险中介、保险促销策略、保险营销管理和在实际应用过程的技巧分章节进行了阐述。

本书每章都配有相关的保险案例和思考题，目的在于提高学生的实际操作技能。

本书可作为高职高专金融专业、保险专业、市场营销专业和投资理财专业的教材，也可作为保险公司销售人员、市场企划人员和培训人员的指导用书。

<<保险市场营销学>>

书籍目录

第一章 保险营销概述第一节 保险营销的概念及特点第二节 保险营销的发展阶段第三节 保险营销管理过程第四节 保险营销策略第五节 保险营销前沿思考题第二章 保险营销环境分析第一节 保险营销环境的含义第二节 保险营销内部环境第三节 保险营销外部环境第四节 案例思考题第三章 保险购买者行为分析第一节 消费者行为分析第二节 组织购买者行为分析第三节 案例思考题第四章 保险营销信息管理与营销调研第一节 保险营销信息系统第二节 保险营销调研第三节 案例思考题第五章 保险市场第一节 保险市场的含义与特征第二节 保险市场的模式与机制第三节 保险市场的供给与需求第四节 保险目标市场细分第五节 保险目标市场的开发第六节 保险目标市场的定位第七节 案例思考题第六章 保险产品第一节 保险产品的含义与特征第二节 保险产品的分类第三节 保险产品的生命周期第四节 保险产品策略第五节 保险产品的设计与开发第六节 保险产品的定价第七节 案例思考题第七章 保险营销渠道与保险中介第一节 保险营销渠道第二节 保险中介.....第八章 保险促销策略第九章 保险营销管理参考文献

<<保险市场营销学>>

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>