

<<中小商业银行市场定位战略>>

图书基本信息

书名：<<中小商业银行市场定位战略>>

13位ISBN编号：9787505851825

10位ISBN编号：7505851829

出版时间：2005-9

出版时间：经济科学出版社

作者：栗书茵

页数：244

字数：200000

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>

<<中小商业银行市场定位战略>>

内容概要

本书吸收企业管理学、市场营销学、金融学等有关学科的优秀成果，针对目前我国中小商业银行市场定位的现实状况，系统地分析其市场定位战略中存在的主要问题与不足以及影响中小商业银行市场定位的制约因素，进而有针对性地提出我国中小商业银行进行市场定位时可采取的有关措施及策略。

本书的研究方法主要运用了战略管理方面的模型和理论、包括SWOT分析，决定市场吸引力的五种力量分析、波特竞争优势和竞争战略理论等，结合定量和定性的分析及案例实证分析，并将营销思想应用于其中，在国内外有关研究的基础上，本书对中小商业银行的求异型市场定位战略进行了比较深入地研究，对求异型市场定位战略的必要性、可行性的分析，对定位战略具体实施过程的描述以及从整书的创新点。

另外，本书扩大了传统的CAP定位模型，将其从狭义的客户、经营领域以及产品的选择发展为广泛意义上的客户、经营领域以及产品的定位。

<<中小商业银行市场定位战略>>

书籍目录

序言前言第一章 中小商业银行的生存理论 第一节 中小商业银行的界定 第二节 中小商业银行的生存理论第二章 中小商业银行的市场定位的分析 第一节 中小商业银行市场定位的内涵 第二节 中小商业银行市场定位的步骤及方法第三章 国外中小商业银行定位及启示 第一节 各国中小商业银行市场定位实践 第二节 国外中小商业银行市场定位的指导思想第四章 我国中小商业银行市场定位现状 第一节 我国中小商来银行的发展历程 第二节 中小商业银行的市场定位现状 第三节 中小商来银行市场定位的意义第五章 我国中小商业银行定位的基础条件分析 第一节 中小商业银行的竞争优势 第二节 中小商业银行的竞争劣势 第三节 中小商业银行面临的机遇 第四节 中小商业银行面临的威胁第六章 我国中小商业银行市场定位的影响因素 第一节 宏观环境与中小商业银行市场定位 第二节 制度差异与中小商业银行市场定位 第三节 资本市场与中小商业银行市场定位 第四节 金融政策与中小商业银行市场定位 第五节 金融科技与中小商业银行市场定位 第六节 外资银行与中小商业银行市场定位第七章 中小商业银行准确市场定位战略研究 第一节 跟随型和求异型市场定位战略 第二节 求异型市场定位战略的选择第八章 我国中小商业银行求异型市场定位战略实施过程研究 第一节 市场细分 第二节 市场机会寻找 第三节 目标市场的选择 第四节 求异型市场定位战略的实现第九章 我国中小商业银行求异型市场定位战略运用 第一节 顾客定位——以中小企业为主要服务对象 第二节 经营领域定位 第三节 产品定位第十章 案例剖析 银川商业银行的发展策略 北京银行的发展 民生银行的市场定位 交通银行的市场定位战略 从选择“wepec”为基本客户的尝试看商业银行的市场定位参考文献后记

<<中小商业银行市场定位战略>>

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>