

<<房地产市场营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场营销>>

13位ISBN编号：9787564064075

10位ISBN编号：7564064072

出版时间：2012-8

出版时间：北京理工大学出版社

作者：张金环，何兰 编

页数：209

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>

<<房地产市场营销>>

内容概要

《房地产市场营销》以最新标准、规范及相关文件为基础，对我国房地产市场营销内容进行了全面的介绍。

全书共八章，主要包括导论、房地产市场营销环境、房地产市场调查与预测、房地产市场营销战略、房地产市场营销产品策略、房地产市场营销价格策略、房地产市场营销渠道策略、房地产市场营销促销策略。

全书内容力求简洁实用，注重对学生职业能力的培养与训练。

《房地产市场营销》可作为高等院校房地产类专业的教学用书，也可作为房地产开发经营、房地产营销管理人员的参考用书。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第一章 导论第一节 房地产与房地产市场第二节 市场营销与房地产市场营销第三节 房地产市场营销相关知识第二章 房地产市场营销环境第一节 房地产市场营销环境概述第二节 房地产市场营销宏观环境第三节 房地产市场营销微观环境第四节 房地产市场营销环境分析第三章 房地产市场调查与预测第一节 房地产市场调查第二节 房地产市场预测第四章 房地产市场营销战略第一节 房地产市场营销战略概述第二节 房地产市场发展战略第三节 房地产市场竞争战略第五章 房地产市场营销产品策略第一节 房地产产品第二节 房地产产品生命周期策略第三节 房地产产品品牌策略第四节 房地产产品创新策略第六章 房地产市场营销价格策略第一节 房地产价格第二节 房地产定价程序第三节 房地产定价方法第四节 房地产定价策略第五节 房地产价格调整第七章 房地产市场营销渠道策略第一节 营销渠道概述第二节 房地产营销渠道的选择第三节 房地产营销渠道管理第四节 营销渠道的改进与调整第五节 营销渠道控制第八章 房地产市场营销促销策略第一节 房地产促销概述第二节 房地产促销组合第三节 房地产广告策略第四节 房地产人员推销策略第五节 房地产营业推广策略第六节 房地产公共关系策略参考文献

<<房地产市场营销>>

编辑推荐

本着“必需、够用”的原则对房地产市场营销理论知识进行了提炼和总结，浓缩了重点；把市场营销的理论与房地产市场的特点相结合，系统阐述房地产营销中各项实务要求。在编写体例上，各章前设置“能力目标”与“知识要点”，各章后设置“本章小结”和“思考与练习”，形成一个“引导-讲解-总结-练习”的教学过程，使学生能在开篇就知道需要达到的目标，强化教材技能培养的宗旨。

<<房地产市场营销>>

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>