

<<房地产营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销>>

13位ISBN编号：9787111191995

10位ISBN编号：7111191994

出版时间：2006-6

出版时间：机械工业出版社

作者：张原、苏萱

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>

<<房地产营销>>

内容概要

本书根据房地产市场营销的性质和房地产市场营销活动所运用的理论知识，系统地介绍了房地产市场营销的基本概念、基本理论、基本方法与基本技巧，其主要内容包括：房地产营销导论。

房地产市场营销环境。

房地产市场调查与分析。

房地产经营销售竞争战略、房地产策略、房地产营销价格策略、房地产消费者心理与购买行为分析、房地产市场定位选择、房地产企业产品策略、房地产营销价格策略、房地产营销渠道策略，房地产促销组合策略、房地产营销组织与控制，房地产营销新观念。

本书是工程管理专业房地产经营管理专业方向的主干教材，适用于工程管理专业、房地产经营管理专业方向、物业管理专业方向以及其他涉及房地产市场营销的大学本科相关专业，也可供从事房地产行业的专业人员学习参考。

<<房地产营销>>

书籍目录

序前言第1章 记地产营销导论 1.1 市场营销概述 1.2 房地产营销的特质 1.3 [案例]天津顺驰集团太阳城项目的营销本章小结复习思考题第2章 房地产市场营销环境 2.1 房地产营销环境概述 2.2 房地市场营销的微观环境 2.3 房地市场营销的宏观环境 2.4 房地产企业对营销环境的评价及其对策 2.5 [案例]宏观经济背景分析第3章 房地产市场调查与分析 3.1 房地产市场调查研究概述 3.2 房地产市场调查内容 3.3 房地产市场调查程序 3.4 房地产市场调查方法 3.5 房地产市场调查问卷设计 3.6 [案例]拯救不景气的商业零售中心本章小结复习思考题第4章 房地产市场营销竞争战略 4.1 市场竞争环境分析 4.2 房地产行业竞争者分析 4.3 房地产营销竞争战略 4.4 房地产业竞争策略 4.5 [案例]万科愿景：成为中国房地产业的领跑者复习思考题第5章 房地产消费者心理与购买行为分析 5.1 房地产费者的购房心理过程 5.2 房地产消化者的个性心理 5.3 文化及家庭因素对购房者的影响 5.4 房地产消费者的购买行为模式 5.5 [案例]济南鲁铁1号项目消费群行为分析本章小结复习思考题第6章 房地产市场定位选择 6.1 房地产市场细分化 6.2 房地产目标市场的选择 6.3 房地产市场定位策略 6.4 [案例]深圳宝安电子城市场重新定位创销售佳绩本章小结复习思考题第7章 房地产企业产品策略 7.1 房地产业产品概述 7.2 房地产品组合策略 7.3 房地产企业品牌决策 7.4 房地产企业产品市场寿命周期 7.5 房地产企业产品市场寿命周期 7.6 [案例]天津塘沽房地市场营销中的产品策略本章小吉复习思考题第8章 房地产营销价格策略 8.1 影响房地产营销价格策略 8.2 房地产企业定价的内容 8.3 房地产企业定价的策略 8.4 房地产业定价的策略 8.5 房地产企业价格调整策略本章小结复习思考题第9章 房地产营销渠道策略第10章 房地产促销策略第11章 房地产营销组织与控制第12章 房地产营销新观念参考文献

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>