

<<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：9787114063114

10位ISBN编号：7114063113

出版时间：2007-3

出版时间：人民交通出版社（原北京中交盛世书刊有限公司）

作者：刘鹏忠

页数：396

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

本书为高等学校土建学科工程管理专业应用型本科规划教材。

本书系统地介绍了房地产市场营销的基本概念、理论、方法、技能及其应用。

全书共分12章，可分为五大部分：第1章是导论部分，第2~5章为房地产市场分析部分，第6、第7章为房地产市场营销战略部分，第8~11章为房地产市场营销策略，第12章是房地产市场营销管理部分。

本书大部分章节后都附有相关案例，以有助于读者对教材内容的理解。

本书注重理论性、技能性与应用性三个层面的平衡和有机结合。

注重结构完整性、合理性和内容的新颖性、可读性。

注重结合房地产本身的特性来展开论述，使其更具有针对性和对实践的指导性。

本书可以作为高等学校工程管理、房地产经营与管理、工商管理等相关专业的教材和教学参考用书，亦可作为房地产开发企业、房地产中介企业等相关从业人员的参考读物和培训教材。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第1章 导论 1.1 市场营销概述 1.2 房地产市场营销概述 1.3 中国房地产业与房地产市场营销发展历程
本章小结 思考题 参考文献第2章 房地产市场营销环境分析 2.1 房地产市场营销环境概述 2.2 房地产市场
营销宏观环境 2.3 房地产市场营销微观环境 2.4 房地产市场营销环境分析方法 本章小结 思考题 参
考文献第3章 房地产市场调查和市场预测 3.1 房地产市场调查概述 3.2 房地产市场调查的程序与方法
3.3 房地产市场调查技术 3.4 房地产市场调查报告的撰写 3.5 房地产市场预测 本章小结 思考题 参考文
献第4章 房地产市场供求分析 4.1 房地产市场供给分析 4.2 房地产市场需求分析 4.3 房地产市场空置分
析 4.4 房地产市场价格分析 本章小结 思考题 参考文献第5章 房地产客户购买行为分析 5.1 房地产客
户购买行为模式 5.2 影响房地产客户购买行为的主要因素 5.3 房地产客户购买决策过程 本章小结 思考
题 参考文献第6章 房地产目标市场战略 6.1 房地产市场细分 6.2 房地产目标市场选择 6.3 房地产市
场定位 本章小结 思考题 参考文献第7章 房地产市场竞争战略 7.1 房地产市场竞争者分析 7.2 房地
产企业基本竞争战略 7.3 房地产市场地位与竞争战略 7.4 构建房地产企业的核心竞争力 本章小结 思考
题 参考文献第8章 房地产市场营销产品策略 8.1 房地产企业产品概述 8.2 房地产产品组合策略 8.3 房地
产产品生命周期原理 8.4 房地产产品创新策略 8.5 房地产企业品牌策略 本章小结 思考题 参考文献第9章
房地产市场营销价格策略第10章 房地产市场营销渠道策略第11章 房地产市场营销促销策略第12章 房地
产市场营销管理附录 调查问卷示例

<<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>