

<<我国商业银行营销管理研究>>

图书基本信息

书名：<<我国商业银行营销管理研究>>

13位ISBN编号：9787307083615

10位ISBN编号：7307083612

出版时间：2010-12

出版时间：武汉大学出版社

作者：潘海英

页数：230

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>

<<我国商业银行营销管理研究>>

内容概要

《我国商业银行营销管理研究》将丰富我国商业银行营销管理理论体系，推动商业银行营销管理研究的进一步发展。

《我国商业银行营销管理研究》也将为我国商业银行开展营销活动提供较完整的理论指导，有助于我国银行界树立知识战略管理的理念，实现营销管理的知识化、营销决策的科学化，并增强营销活动的针对性和系统性。

<<我国商业银行营销管理研究>>

书籍目录

第1章 绪论	1.1 研究背景和意义	1.1.1 研究背景	1.1.2 研究意义	1.2 商业银行营销和营销管理概述
	1.2.1 商业银行营销和营销管理的内涵	1.2.2 商业银行营销管理与服务质量	1.3 商业银行营销管理的发展	1.3.1 西方商业银行营销管理的发展历程
	1.3.2 我国商业银行营销管理的发展	1.4 研究思路和内容	1.4.1 研究框架	1.4.2 主要研究内容
第2章 我国商业银行营销模式的创新	2.1 我国商业银行营销模式创新的系统分析	2.1.1 商业银行营销理念的创新	2.1.2 商业银行营销方法的创新	2.1.3 商业银行营销机制的创新
	2.2 银行业竞争问题的博弈分析	2.2.1 商业银行客户金融事务决策过程	2.2.2 银行业竞争问题的博弈分析	2.3 小结
第3章 我国商业银行营销管理系统的构建	3.1 我国商业银行营销管理系统构建的基本思路	3.2 我国商业银行企业文化建设与人力资源管理的契合	3.2.1 建设商业银行企业文化	3.2.2 重构商业银行人力资源管理机制
	3.2.3 实现商业银行企业文化建设与人力资源管理的契合	3.3 实施客户关系管理, 创新我国商业银行营销理念	3.3.1 银行客户关系管理和客户经理制的比较	3.3.2 客户关系管理在我国银行业中的实施
	3.4 我国商业银行营销管理系统的构建	3.4.1 商业银行营销过程的系统分析	3.4.2 广东发展银行信用卡产品的差异市场策略及评析	3.4.3 我国商业银行营销管理系统的总体结构
第4章 我国商业银行营销信息系统的设计与开发	4.1 对商业银行营销信息系统的深度认识	4.2 我国商业银行营销信息系统的基本架构	4.3 内部报告子系统	4.3.1 对客户关系管理软件系统各构成模块的分析
	4.3.2 构成内部报告系统的其他模块	4.3.3 数据仓库—传统数据库的未来发展	4.4 营销情报子系统	4.5 营销研究子系统
	4.5.1 商业银行营销研究的主要内容	4.5.2 商业银行营销研究中信息资料的收集	4.6 营销分析子系统	4.6.1 我国商业银行营销分析子系统的基本结构
	4.6.2 基于数据仓库的商业银行营销分析子系统的设计	4.6.3 数据挖掘及其在商业银行营销分析中应用的展望	4.7 小结	第5章 我国商业银行营销计划系统的建设
	5.1 银行战略计划和我国商业银行营销战略分析	5.1.1 商业银行营销战略的制定	5.1.2 商业银行营销战略地位的SWOT分析	5.1.3 SWOT商?
	5.1.4 商业银行营销战略的选择	5.2 我国商业银行营销计划系统的内容体系	5.3 我国商业银行营销策略管理和优化	5.3.1 商业银行营销组合策略
	5.3.2 商业银行服务产品策略分析	5.3.3 商业银行服务产品定价策略分析	5.3.4 商业银行服务产品分销策略分析	5.3.5 商业银行服务产品促销策略分析
	5.4 我国商业银行营销策略创新分析	5.4.1 商业银行服务产品的创新--重点发展中间业务	5.4.2 商业银行品牌策略的实施	5.4.3 商业银行扩展性营销组合要素的管理
	5.5 小结	第6章 我国商业银行营销计划的执行和控制	6.1 商业银行的营销执行	6.2 我国商业银行营销控制系统的结构体系
	6.2.1 商业银行营销控制的一般过程	6.2.2 我国商业银行营销控制系统的基本结构	6.3 我国商业银行年度计划控制的定量分析	6.3.1 业务量状况分析
	6.3.2 市场份额分析	6.3.3 营销费用率分析	6.4 我国商业银行财务分析与盈利能力控制的定量分析	6.4.1 商业银行财务分析现状评析
	6.4.2 商业银行财务分析系统的构建	6.4.3 商业银行盈利能力分析与控制	6.4.4 ABC银行财务综合状况的实证分析	6.5 我国商业银行营销效率控制
	6.6 我国商业银行营销战略控制: 营销审计	6.7 小结	第7章 我国商业银行营销绩效综合评价	7.1 商业银行营销绩效综合评价概述
	7.2 我国商业银行营销绩效综合评价指标体系的建立	7.2.1 建立指标体系的基本原则	7.2.2 商业银行营销绩效综合评价指标体系的框架设计及指标值的确定	7.3 层次分析法模型的构建
	7.3.1 层次分析法的基本原理	7.3.2 层次分析法模型的改进	7.4 应用分析	7.5 小结
	第8章 结论	8.1 主要结论	8.2 创新点	8.3 研究体会与课题未来研究重点参考文献后记

<<我国商业银行营销管理研究>>

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>