

<<中国非寿险市场发展研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国非寿险市场发展研究报告>>

13位ISBN编号：9787501777471

10位ISBN编号：7501777470

出版时间：2006-9

出版时间：中国经济

作者：唐运祥

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>

<<中国非寿险市场发展研究报告>>

内容概要

本书以“2005年中国非寿险市场运行”为基本线索，按照市场环境 - 主体运行 - 行业建设的逻辑顺序展开分析，捕捉新现象，概括新特点，预测新趋势，反映了市场的基本状况，突出了“年度”的主要特征。

与以往年度报告相比，在内容的安排上，本书增加了承保管理、理赔管理和再保险管理等情况的介绍，突出了行业特色；阐述了公司治理建设、诚信体系建设和企业文化建设，探讨了行业热门话题。

在分析方法和工具的选择上，本书首次采用4R营销分析工具，从客户关系、吸引、回报、维系四个维度入手，重点分析财险公司八种营销能力的塑造，展现了财险营销的创新与发展；利用企业绩效评价体系，分析财险公司的盈利能力、运营能力、偿债能力、成长能力和人力资源效率，评价财险公司的经营业绩。

在理论与实践的结合上，本书从研究财险公司竞争实力入手，运用战略管理领域的资源 - 能力分析框架，从资源和能力两个维度对财险公司的经营管理行为和表现进行了深入分析：透过资源角度分析财险公司经营活动，重点剖析产品创新和市场营销行为；透过能力角度分析财险公司的管理活动，侧重对业务管理和内部管理进行比较。

本书视角新颖，分析透彻，具有很高的学术价值。

<<中国非寿险市场发展研究报告>>

书籍目录

第一章 2005年中国非寿险市场运行环境 第一节 2005年世界非寿险市场发展状况 第二节 2005年中国非寿险市场发展的经济社会环境 第三节 2005年中国非寿险市场发展的政策法律环境第二章 2005年中国非寿险市场运行状况 第一节 非寿险市场发展总体状况 第二节 非寿险市场主体格局分析 第三节 非寿险市场业务结构分析 第四节 财险公司经营绩效分析第三章 2005年中国非寿险市场产品创新 第一节 财险公司产品创新情况 第二节 财险公司产品创新策略 第三节 财险公司产品创新成效分析第四章 2005年中国财险公司营销行为分析 第一节 基于4R理论的营销分析框架 第二节 财险公司客户关系策略 第三节 财险公司客户吸引策略 第四节 财险公司客户回报与客户维系策略第五章 2005年中国财险公司业务管理分析 第一节 财险公司承保管理 第二节 财险公司理赔管理 第三节 财险公司再保险管理第六章 2005年中国财险公司经营管理分析 第一节 财险公司战略管理 第二节 财险公司治理建设 第三节 财险公司内控制度建设 第四节 财险公司企业文化建设第七章 2005年中国财险公司投融资分析 第一节 财险公司资金运用分析 第二节 财险公司融资分析第八章 2005年中国非寿险行业建设 第一节 非寿险业基础建设 第二节 非寿险行业发展 第三节 非寿险现代保险监管体系建设参考文献

<<中国非寿险市场发展研究报告>>

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>