

<<金融营销学>>

图书基本信息

书名：<<金融营销学>>

13位ISBN编号：9787504927873

10位ISBN编号：7504927872

出版时间：2003-1

出版时间：中国金融出版社

作者：万后芬

页数：371

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>

<<金融营销学>>

内容概要

本教材以现代市场营销理念为指导，以创新为宗旨，系统、务实地研究了金融企业适应市场环境变化、赢得竞争优势的金融营销战略和策略选择问题。

本教材在阐释金融营销学基础理论及其最新实践发展的基础上，分析了金融市场的营销环境和购买者行为，详尽阐述了金融企业的资本营销战略、形象战略、关系营销战略、竞争战略以及中国商业银行的战备创新，介绍了金融企业的产品策略，价格策略，促销策略，有形展示策略、过程管理策略及人员管理策略。

本书既可作为高等院校金融专业的教材，也适合金融营销实务工作人员阅读。

<<金融营销学>>

作者简介

万后芬，女，1944年1月出生，湖北省武汉市人。

中南财经政法大学教授、博士生导师，兼任中国高等院高层学研究会副会长、中国市场学会常务理事、湖北省市场营光彩学会常务副会长。

享受国务院颁发的政府特殊津贴；获2001年全国优秀教师称号。

主要科研成果：主编《现代市场营销学

<<金融营销学>>

书籍目录

第一章 绪论第二章 金融市场分析及调研第三章 金融市场营销环境分析第四章 金融市场购买行为分析
五章 金融资本运营战略第六章 金融企业形象战略第七章 金融关系营销管理第八章 金融企业竞争战略
九章 商业银行战略创新第十章 金融市场营销战略第十一章 金融产品策略第十二章 金融产品定价策略
十三章 金融产品分销策略第十四章 金融产品促销策略第十五章 金融市场有形展示第十六章 金融营销
程管理第十七章 主要参考文献

<<金融营销学>>

编辑推荐

随着金融业对外开放步伐的加快，外资金融企业以其优质的服务、灵活经营给我国金融企业带来了巨大的冲击：金融市场需求差异化日益突出，金融产品日益丰富，金融市场竞争日趋激烈。了解金融市场需求的变化趋势及其规律性，把握竞争者的动向，研究应对金融市场变化的营销战徊和策略，已日渐受到业内人士的重视。

《金融营销学》一书的出版，希望能为当今和未来的金融家们提供一把开启金融市场的钥匙。

<<金融营销学>>

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>