<<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：9787560931968

10位ISBN编号：7560931960

出版时间：2004-9-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：高炳华

页数：360

字数：418000

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：房地产市场的构成要素、结构体系与功能特性，市场营销观念的演变，房地产市场营销组合的构成与特点，房地产市场营销环境的构成要素，房地产市场调查的内容、程序和方法，房地产市场预测的原理、内容、程序与方法，房地产的购买动机与行为分析，房地产市场细分与目标市场定位，房地产营销的产品策略，房地产营销的价格策略，房地产营销的渠道策略，房地产营销的促销策略，房地产人员推销的过程、策略与技巧，房地产营销的计划、组织与控制。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第一章 房地产市场概述 第一节 房地产市场的构成要素与类型 一、市场与房地产市场 二、房地产市场的构成要素 三、房地产市场类型 第二节 房地产市场结构 一、房地产市场的行业结构 二、房地产市场的层次结构 三、房地产市场的运行结构 第三节 房地产市场体系 一、房地产市场营销调控系统 二、房地产市场支撑系统 三、房地产市场地域系统 第四节 房地产市场的特性和功能 一、房地产的物质特性 二、房地产的经济特性 三、房地产市场供求的特性 四、地产市场的特性 五、房地产市场的特性 六、房地产市场的功能复习思考题第二章 市场营销与房地产市场营销 第一节 市场营销与营销观念的演变 一、市场营销的概念 二、市场营销观念的演变 第二节 市场营销组合 一、市场营销组合的概念与构成 二、市场营销组合的特点与作用 第三节 房地产市场营销与营销组合 一、房地产市场营销的概念与活动过程 二、房地产市场营销组合的构成与特点复习思考题第三章 房地产市场营销环境第四章 房地产市场调查第五章 房地产市场预测第六章 房地产的购买动机与行为分析第七章 房地产市场细分与目标市场定位第八章 房地产市场营销的产品策略第九章 房地产营销的价格策略第十章 房地产营销的渠道策略第十一章 房地产营销的促销策略第十二章 房地产营销的人员推销第十三章 房地产营销计划、组织与控制试卷一：“房地产市场营销”自学考试模拟试题试卷二：“房地产市场营销”自学考试模拟试题参考文献后记

<<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>