

<<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：9787564500542

10位ISBN编号：7564500549

出版时间：2009-9

出版时间：郑州大学出版社

作者：荆会芬

页数：272

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

本书主要包括：市场营销观念的演变，房地产市场的结构、特征，房地产市场营销理念，房地产市场营销环境分析，房地产市场消费者购买行为分析，房地产市场调查的内容、程序和方法，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，房地产营销策划。

本书适合于工程管理专业、房地产经营管理专业的本科生以及房地产营销策划人员、销售管理人员、市场推广人员等使用，也可作为房地产经营管理人员的培训教材。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第1章 市场营销导论 1.1 企业与市场 1.2 市场营销的基本概念 1.3 市场营销管理哲学 1.4 市场营销管理新发展第2章 房地产市场营销导论 2.1 房地产的含义与特征 2.2 房地产市场的分类与特征 2.3 房地产市场营销的内涵第3章 房地产市场营销环境 3.1 房地产市场营销环境概述 3.2 房地产市场营销的宏观环境 3.3 房地产市场营销的微观环境 3.4 房地产市场营销环境分析第4章 消费者购买行为分析 4.1 消费者购买行为模式 4.2 影响消费者购买行为的主要因素 4.3 消费者的购买决策过程第5章 房地产市场调查 5.1 房地产市场调查概述 5.2 房地产市场调查的类型与方法 5.3 房地产市场调查的程序 5.4 调查问卷的设计第6章 房地产市场细分与目标市场定位 6.1 房地产市场细分 6.2 房地产目标市场的选择 6.3 房地产项目市场定位策略第7章 房地产营销产品策略 7.1 房地产产品概述 7.2 房地产产品组合策略 7.3 房地产产品生命周期策略 7.4 房地产产品差异化策略 7.5 房地产新产品开发策略 7.6 房地产品牌策略第8章 房地产营销价格策略 8.1 房地产价格的种类与构成 8.2 房地产价格的影响因素 8.3 房地产定价目标 8.4 房地产开发项目定价方法与流程 8.5 房地产开发项目调价策略 第9章 房地产营销渠道策略 9.1 房地产营销渠道概述 9.2 房地产营销中间商的分类及功能 9.3 房地产代理商的工作流程 9.4 房地产营销渠道的选择 9.5 房地产营销渠道管理第10章 房地产促销组合策略 10.1 房地产促销概述 10.2 广告促销.....第11章 房地产人员销售 第12章 房地产营销策划关键词参考文献

<<房地产市场营销>>

章节摘录

第1章 市场营销导论 1.1 企业与市场 企业是市场的主体，市场是企业营销的环境，企业与市场的关系密不可分。

在现代商品经济条件下，竞争如此激烈，企业若要生存就要参与激烈的市场竞争和不断创新。

企业的营销行为受市场结构的影响。

1.1.1 市场的含义 市场的概念由来已久，在市场经济条件下，企业必须按照市场需求组织生产。

所谓市场，是由一组具有买卖关系的经济实体构成的，这种买卖关系的性质通过买主和卖主的数量规模和交易规则反映出来。

从营销角度看，市场可以理解为具有特定需求和欲望，而且愿意并能通过交换来满足这种需要或欲望的全部潜在顾客。

因此，市场的太小，取决于那些有某种需要，并拥有使别人感兴趣的资源，同时愿意以这种资源来换取其需要的商品的人数。

1.1.1.1 市场是商品交换的场所 市场最基本的含义是指商品交易的场所或商品行销的区域。

“市”就是买卖，“场”就是场所，“市场”即买者和卖者于一定的时间聚集在一起进行交换的场所。
如我们都熟悉的菜市场、小商品市场、国内市场、国外市场等。

.....

<<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>