

<<消费者信用管理>>

图书基本信息

书名：<<消费者信用管理>>

13位ISBN编号：9787801075970

10位ISBN编号：7801075978

出版时间：2002-8

出版时间：中国方正出版社

作者：林钧跃

页数：369

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>

<<消费者信用管理>>

内容概要

《消费者信用管理》涉及消费信用管理领域的各个层面，可以用于教学参考和指导企业信用管理操作，是国内这方面著作中最系统和全面的。

《消费者信用管理》首先阐述消费信用的概念，信用消费的特性和市场环境。

然后对如何建立个人信用和维护个人信用等大众关心的问题作了说明。

最后，详细地讨论了消费者信用调查、消费信用管理和消费信用相关的法律。

这《消费者信用管理》的专业覆盖面，使其具有手册性质，很适合于信用管理科研、教育和从业人员使用，以及关注建立个人信用和信用事业发展的消费者大众阅读。

<<消费者信用管理>>

作者简介

林钧跃，信用管理专家。

欧美同学会会员、美国全国信用管理协会（NACM）会员。

1987年赴美国留学，先后取得美国两所州立大学授予的理学硕士学位和经济学硕士学位。

曾获宾西法尼亚州立大学Clarioc分校颁发的“突出学术贡献奖”，获美国《优秀在美留学生名人录》的收录和荣誉证书。

现任北京科源信用管理技术研究所中心主任、汇诚首席顾问、中国市场学会信用工作委员会副主任、中国市场信用学术委员会副主任、中央编译局比较政治与经济研究中心研究员。

参加多个相关研究课题，在多所大学兼职教授，并担任国内外多家著名征信公司的顾问。

著有《企业赊销与信用管理》、《国家信用管理体系》、《企业信用管理》、《社会信用体系原理》等专著，以及各类论文和译著60余篇。

<<消费者信用管理>>

书籍目录

第一章 信用的概念第一节 信用及其基本定义一、信用的基本定义二、信用的相关概念三、信用的经济学解释四、信用经济学说第二节 信用的种类一、信用的分类二、公共信用三、企业信用四、消费者信用五、其他信用形式第三节 消费者信用的功能一、为个人创业提供机会二、提前享受物质生活的便利三、应付突发事件四、减少刑事犯罪五、家庭理财功能六、使用消费者信用的缺点第四节 消费者信用的发展一、消费者信用的起源二、现代消费者信用管理制度三、我国消费者信用的发展四、消费者信贷发展初期的常见问题第二章 信用消费第一节 买方市场的特征一、计划经济下的卖方市场二、我国市场态势的转变三、买方市场的基本特征四、信用消费的市场发展空间第二节 居民消费形态的转变一、中国传统的消费方式二、中国的消费文化及特色三、不同消费阶层的消费特点四、形成信用消费的条件第三节 常见的信用消费一、流行的信用消费方式二、传统的零售信用三、信用卡消费四、消费信贷五、信用工具及其功能第四节 支持信贷消费的国家政策一、发展消费者信用的原因二、中央银行的政策三、保险公司的支持四、商业银行的积极配合措施第三章 市场的信用环境第四章 零售信用第五章 现金信用第六章 个人信用的建立和维护第七章 消费者信用调查第八章 消费者信用管理技术第九章 消费者信用管理相关的法律附录参考书目

<<消费者信用管理>>

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>