第一图书网, tushu007.com

<<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：9787810980555

10位ISBN编号：7810980556

出版时间：2004-1

出版时间：上海财经大学出版社

作者：姚玲珍

页数：339

字数：374000

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

内容概要

随着房地产市场的发展，房地产市场营销日益受到理论界和实际工作部门的重视。
但是，对于房地产市场营销有关理论和方法的研究在我国是在20世纪90年代末期的事，因此，房地产市场营销学还是一门融房地产经营管理与市场营销学为一体的新兴交叉学科。
　本书按照市场营销学的构成体系，结合房地产市场的特点，分为房地产市场营销基础篇、环境篇、战略篇和策略篇四个部分。
本书既可作为大专院校相关专业的教学和参考用书，也可以作为房地产开发企业、市场营销中介机构等实务部门的参考读物。
我们相信，同时也希望，本书在推动房地产市场营销理论研究的同时，也将促进我国房地产市场营销实践工作的开展。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

总序前言第一篇 房地产市场营销基础 第一章 市场营销导论 第一节 市场营销的含义与特征 第二节 市场营销的基本内容与前提条件 第三节 市场营销的研究对象与发展历程 本章小结 重要概念 复习思考题 第二章 房地产市场营销导论 第一节 房地产的含义与特征 第二节 房地产市场的含义与特征 第三节 房地产市场营销的含义与特征 本章小结 重要概念 复习思考题第二篇 房地产市场营销环境 第三章 房地产市场营销环境概述 第一节 房地产市场营销环境的含义与特征 第二节 房地产市场营销环境的分析方法 第三节 房地产市场营销环境对营销决策的影响 本章小结 重要概念 复习思考题 第四章 房地产市场营销微观环境 第一节 房地产市场营销微观环境的构成 第二节 房地产市场需求分析 第三节 房地产市场供给分析 第四节 房地产市场中介分析 本章小结 重要概念 复习思考题 第五章 房地产市场营销宏观环境第三篇 房地产市场营销战略 第六章 房地产市场细分战略 第七章 房地产市场竞争战略 第八章 房地产品牌战略第四篇 房地产市场营销策略 第九章 房地产产品策略 第十章 房地产市场营销价格策略 第十一章 房地产市场营销渠道策略 第十二章 房地产市场营销促销策略 第十三章 房地产市场营销中的客户关系管理参考文献

第一图书网, tushu007.com

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