第一图书网, tushu007.com

<<证券服务营销>>

图书基本信息

书名：<<证券服务营销>>

13位ISBN编号：9787810984461

10位ISBN编号：7810984462

出版时间：2005-9

出版时间：上海财经大学出版社

作者：李宏 编

页数：332

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

随着我国资本市场的发展，以及证券市场相关法规、制度的健全，证券公司之间的竞争越来越激烈，营销工作在证券公司经营活动中的作用也越来越重要。
如果说资本市场在发展初期是卖方市场，由证券公司说了算，那么现在的资本市场已成为买方市场，证券公司之间的竞争已出现且日益激烈。
从一级发行市场到二级交易市场，以及新兴业务市场（如企业并购、理财活动、投资咨询等）都存在着争客户、争业务、抢市场的激战。

因此，研究如何把握我国证券市场的现状和发展趋势，为证券公司和人员开展市场营销工作提供理论和实践上的参考就十分必要了。
我们在研究的过程中发现，虽然目前国内有大量从事证券行业分析和营销实务的专家与学者，但二者却几乎没有交集。
从事证券业研究的人员较多注意到的是经济形势分析、行业分析、投资理论或技巧方面的研究，而把证券公司作为研究对象，并从营销角度进行研究的却很少。
相应地，从事市场营销研究的人员一般很少涉及到证券营销的问题，即使在发达的资本主义国家，对证券营销进行专门和系统研究的也很少。
因此，从理论上来讲，证券营销研究既中对市场营销学的发展和补充，又是对证券经济学的发展和补充。

全书共分四编共十章，对证券企业如何开展证券营销进行了详细的阐述。
第一编为证券营销的基本原理；第二编为证券营销的基本方法；第三编为证券营销管理手段的创新；第四编，是对全书的总结。

编辑推荐

本书是一本证券营销方面的前沿性读物，全书分四编共十章分别对证券营销有基本原理、证券营销的基本方法、证券营销管理手段的创新、证券营销的现状与出路四个方面的内容作了阐述，为国办几件证券企业开展证券营销提供兼具理论意义和实践意义的指导与参考。

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