第一图书网, tushu007.com

<<中国商业银行市场营销>>

图书基本信息

书名：<<中国商业银行市场营销>>

13位ISBN编号：9787811359862

10位ISBN编号：7811359863

出版时间：2011-10

出版时间：暨南大学出版社

作者：胡朝举

页数：245

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

本书的基本研究结构为：第l章为总论，主要介绍研究的问题、研究的背景及思路、研究的方法等；第2章为理论借鉴，主要综述马克思的营销理论、西方市场营销理论等；第3章为商业银行市场营销的概念框架，包括商业银行市场营销的内涵、过程等；第4章为商业银行市场营销的理论模型，主要研究不同体制下银行营销的基本规律、特征以及理论模型；第5章为中国商业银行市场营销发展分析，从整体上研究中国商业银行市场营销发展的概况；第6章为中国商业银行市场营销问题诊断，包括研究中国商业银行市场营销现状及特征，并揭示出当前面临的问题；第7章为中国商业银行市场营销问题分析，主要研究中国商业银行市场营销问题产生的根源及其可能形成的负面影响；第8章为中国商业银行市场营销环境分析，主要分析中国商业银行面临的机会和威胁以及它们所具有的优势和劣势；第9章为中国商业银行市场营销的运行机理，主要研究中国商业银行市场营销的经营理念、运行模式及运行机制；第l0章为WT0框架下中国商业银行市场营销战略；第11章为WT0框架下中国商业银行市场营销组合策略；第12章为研究结论与政策运用。

第一图书网, tushu007.com

<<中国商业银行市场营销>>

书籍目录

前言
上篇　理论篇
　第1章　总论
　　1.1研究问题的展示
　　1.2研究背景及思路
　　1.3研究的基本方法
　　1.4研究的数据资料
　第2章　理论借鉴
　　2.1马克思有关营销的理论
　　2.2西方学者有关营销的理论
　　2.3中外关于市场营销的理论
　第3章　商业银行市场营销的概念框架
　　3.1商业银行市场营销的内涵
　　3.2商业银行市场营销的发展
　　3.3商业银行市场营销的内容
　　3.4商业银行市场营销的过程
　第4章　商业银行市场营销的理论模型
　　4.1体制与商业银行市场营销
　　4.2不同体制下商业银行市场营销的比较
　　4.3商业银行市场营销的理论模型
　　……
中篇　实证篇
下篇　政策篇
参考文献
后记

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