

<<银行理财理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<银行理财理论与实务>>

13位ISBN编号：9787509521106

10位ISBN编号：7509521106

出版时间：2010-5

出版时间：中国财政经济出版社

作者：杨林枫 吴龙龙

页数：384

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>

<<银行理财理论与实务>>

内容概要

我国商业银行理财业务的健康规范发展迫切需要银行理财教育尽快走出理财规划培训这一歧途，这就急需有一本在立足于本国国情并借鉴国外先进经验的基础上，对银行理财业务的实践经验进行系统的理论总结，并能兼顾银行理财业务的现状和发展趋势，对银行开展理财业务活动具有直接指导意义的理论著作。

正是在这样的背景之下，本书的撰写团队进行了本次破冰尝试。

本书的最大特色是彻底抛弃了各种理财教程以理财规划为主线甚至唯一内容的逻辑结构安排，根据中国商业银行理财业务以理财产品为载体和核心内容的实际情况，以理财产品为主线安排逻辑结构和内容。

<<银行理财理论与实务>>

作者简介

杨林枫，1963年生，经济学，法学双学士，曾在财经院校、金融业（银行、证券、信托）及商业、工业、房地产开发企业工作，担任过多家金融企业中高级管理人员和工商企业高级管理人员。著有《信托产品概述》等专著多部。

<<银行理财理论与实务>>

书籍目录

绪论 走出银行理财教育的歧途第一章 商业银行理财产品的概念与属性 第一节 银行理财业务与理财产品的概念 一、理财与理财服务的概念 二、银行理财业务的概念 三、银行理财产品的概念 第二节 信托的基本概念与特征 一、信托：最重要的理财工具 二、信托的概念 第三节 银行理财业务的属性与定位 一、银行零售业务 二、银行中间业务 三、财富管理业务和私人银行业务 四、理财业务在商业银行的业务定位第二章 银行理财产品分类与品种 第一节 按收益类型分类 一、保证固定收益的理财产品 二、保证最低收益的理财产品 三、保本浮动收益的理财产品 四、非保本浮动收益的理财产品 第二节 结构性理财产品与挂钩型理财产品 一、理财产品的结构化与非结构化 二、挂钩型银行理财产品 三、嵌入衍生金融工具的理财产品 第三节 按照投资对象分类的理财产品 一、总体分类 二、票据投资类银行理财产品 三、结构性存款和货币基金类银行理财产品 四、证券投资类银行理财产品 五、PE类理财产品 六、债权投资类银行理财产品 七、房地产投资类银行理财产品 八、基础设施投资类银行理财产品 九、投资于资产支持信托产品的银行理财产品 十、商品投资类理财产品 十一、贷款和短期融资类理财产品 十二、QD 类银行理财产品 第四节 银连信理财产品 一、银连信理财产品的概念 二、银信理财产品对接的必要性 三、银行理财产品对接信托产品的合规性 四、银行理财产品和信托对接的方式与运作模式 五、银连信理财产品的主要种类第三章 银行理财产品的开发与运作管理 第一节 银行理财产品的要素解构 一、与产品名称、性质与类型有关的要素 二、与理财产品运作相关当事人有关的要素 三、与募集规模有关的要素 四、与产品期限及其他与时间有关的要素 五、资金运用方式和运用对象 六、与风险承担和投资收益核算与分配有关的要素 七、其他要素 八、理财产品的核心要素 第二节 银行理财产品的设计要点 一、银行理财产品设计开发的基本原则 二、理财产品设计的目的 三、合适的理财产品要素安排与选择 四、理财产品风险控制措施的设计 第三节 银行理财产品的业务流程 一、理财产品运作的组织架构 二、银行理财产品的流程管理 三、典型产品分析：PE类理财产品的运作管理 第四节 理财业务文件 一、理财产品合约 二、理财产品推介说明书 三、理财产品的宣传广告 四、风险声明书第四章 银行理财产品营销 第一节 理财产品的需求、供给与投资行为分析 一、商业银行理财产品营销的特点 二、商业银行开展理财产品营销的意义 三、银行理财产品的需求分析 四、银行理财产品供给分析 五、银行理财产品购买行为分析 六、客户的风险偏好评估 第二节 商业银行理财产品营销策略 一、商业银行理财产品营销存在的主要问题 二、商业银行理财产品市场细分 三、商业银行理财产品目标市场选择 四、商业银行理财产品的市场定位 五、商业银行理财产品营销组合策略 六、商业银行理财产品的营销风险与危机管理 第三节 商业银行理财产品销售技巧 一、理财产品销售基础 二、建立客户关系的步骤 三、银行理财产品的销售流程 第四节 商业银行理财业务中的客户关系管理 一、客户关系管理概述 二、客户关系管理的内容 三、客户关系管理系统第五章 理财顾问服务与理财规划 第一节 理财顾问服务的概念与内容 一、理财顾问服务的概念 二、理财顾问服务与理财规划 三、理财顾问服务、理财规划与综合理财业务的关系 第二节 理财顾问服务的基础理论 一、生命周期理论 二、财务管理理论 三、投资组合理论 第三节 理财规划 一、理财的目标 二、现金与储蓄规划 三、投资规划 四、教育投资规划 五、房地产规划 六、保险规划 七、个人税务规划 八、退休规划 九、遗产规划第六章 银行理财产品的法律性质与制度基础 第一节 银行理财产品的法律性质 一、银行理财产品法律性质的两种主流意见 二、从信托的本质特征看银行理财产品的法律性质 三、银行理财产品的法律关系不是委托代理 四、理财服务业的法律制度基础与监管规则的统一问题 第二节 银行理财的主要基础法律 一、民事法律关系的原理 二、合同法律制度 三、信托法律制度 四、理财消费者保护法律制度 五、金融理财产品的个人所得税法律制度 六、各类金融机构的基本管理制度 第三节 商业银行理财业务的专门法规 一、理财专门法规及规范性文件 二、《商业银行个人理财业务管理暂行办法》 三、《商业银行个人理财业务风险管理指引》 四、《银行与信托公司业务合作指引》 五、理财法规的补充性规定 第四节 金融理财的法律特征及规则比较 一、各金融机构理财业务的法律特征 二、各金融机构理财业务规则和监管要点比较第七章 商业银行转型与理财业务的发展趋势 第一节 国际银行业的经营转型与理财业务——来自美国的经验 一、转型背景与业务调整重点 二、银行零售业务的特征与经验 三、银行理财业务的产品、服务与流

<<银行理财理论与实务>>

程 第二节 理财业务发展的背景：商业银行转型 一、经济金融环境的基本变化 二、金融结构的调整与金融脱媒 三、资本约束下的资本困境 四、日趋激烈的同业竞争 五、我国商业银行经营转型的内涵与业务调整重点 第三节 商业银行理财业务的发展趋势 一、我国商业银行理财业务发展的阶段划分 二、银行理财业务发展现状评估 三、我国商业银行理财产品发展现状 四、商业银行理财产品存在的问题 五、我国银行理财业务发展趋势分析 六、金融风暴对中国银行理财业务的影响参考文献后记

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>