

<<现代金融企业营销>>

图书基本信息

书名：<<现代金融企业营销>>

13位ISBN编号：9787542902238

10位ISBN编号：7542902237

出版时间：1994-10

出版时间：立信会计出版社

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>

# <<现代金融企业营销>>

## 书籍目录

### 第一章 绪论

第一节 金融企业的性质、职能和作用

第二节 现代金融企业营销的内涵和特点

第三节 西方国家金融企业推行营销管理的历史回顾及其动因

第四节 我国金融企业强化营销观念，逐步推行营销管理的必要性

### 第二章 金融市场调研

第一节 金融市场环境分析

第二节 金融市场调研的方法

第三节 金融市场预测

### 第三章 金融企业的营销战略

第一节 金融企业的战略管理

第二节 金融市场细分和定位

第三节 金融企业营销战略的选择

### 第四章 金融企业形象战略及其形象识别系统

第一节 塑造企业形象

第二节 企业形象识别系统的构成与功能

第三节 塑造企业形象的原则和要求

### 第五章 金融产品策略

第一节 金融产品的涵义

第二节 金融产品开发的基本形式、目标、方法及战略选择

第三节 金融新产品开发过程

第四节 主要金融新产品及其启示

第五节 金融服务方向

### 第六章 金融产品的定价策略

第一节 金融产品定价的原理、标准和目标

第二节 确定产品的需求和成本

第三节 金融产品定价方法

第四节 各类金融产品的定价

### 第七章 金融产品和服务的促销策略

第一节 广告

第二节 人员推销

第三节 公共宣传和公共关系

第四节 销售促进

第五节 促销组合策略及其运用

### 第八章 金融企业的分销渠道

第一节 金融服务和产品的分销渠道

第二节 金融企业分销渠道的拓展

第三节 金融网点的地点选择

第四节 ATM的发展及其他分销渠道形式

<<现代金融企业营销>>

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>