

<<房地产营销概论>>

图书基本信息

书名：<<房地产营销概论>>

13位ISBN编号：9787564038014

10位ISBN编号：7564038012

出版时间：2010-9

出版时间：北京理工大学出版社

作者：陈港 编

页数：155

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>

<<房地产营销概论>>

内容概要

本书以市场营销学的基本理论为基础，密切结合房地产市场的特点，以工程项目建设全过程为主线，着眼于房地产项目的全程营销，系统阐述了房地产营销中的基本理论、基本规律以及操作实务，同时每章配有大量的思考题和案例分析。

在《房地产营销概论》编写过程中，充分考虑了营销类、房地产类、建筑类读者的基本专业需要，重视理论性，突出可操作性。

《房地产营销概论》不仅可以作为高等院校、成人高校等营销策划类、建筑类、房地产类、工程管理类专业方向或相关学科的专业教材，也可作为营销策划公司、中介代理公司、建筑企业以及房地产企业相关人员的参考或培训用书。

<<房地产营销概论>>

书籍目录

第一章 房地产市场营销导论 学习目标 知识点 技能要求 1.1 房地产市场的特性 1.1.1 房地产的整体概念 1.1.2 房地产的特性 1.1.3 房地产市场的特征 1.2 房地产营销的内涵 1.2.1 房地产营销观念的演变 1.2.2 房地产营销的含义及特性 1.2.3 当前形势下我国房地产市场营销的发展方向 本章小结 关键概念 思考题 案例分析

第二章 房地产市场调查与研究 学习目标 知识点 技能要求 2.1 房地产市场调查概述 2.1.1 房地产市场调查的概念 2.1.2 房地产市场调查的步骤 2.2 房地产市场调查的主要内容 2.2.1 房地产市场调查的内容 2.2.2 房地产市场调查的主要方法 2.2.3 房地产市场调查的问卷设计 2.3 调查结果分析与调查报告的编写 2.3.1 资料整理 2.3.2 资料的分析与解释 2.3.3 市场调查报告的撰写 本章小结 关键概念 思考题

第三章 购房者的需求分析 学习目标 知识点 技能要求 3.1 购房者对环境的需求分析 3.1.1 适居性(基本物质性需求) 3.1.2 识别与归属(社会心理) 3.1.3 文化与活力(人文环境) 3.2 购房者对小区功能需求的分析 3.2.1 购房者对道路交通和道路停车用地的需求分析 3.2.2 购房者对公共服务设施的需求分析 3.2.3 购房者对绿地与户外活动场地的需求分析 3.3 购房者对房屋产品需求的分析 3.3.1 住宅建筑类型与购房者需求 3.3.2 建筑风格与购房者需求 3.3.3 户型功能与购房者需求 本章小结 关键概念 思考题 案例分析

第四章 房地产市场的竞争者与竞争策略

第五章 房地产营销策略

第六章 房地产项目形象包装策划

第七章 房地产现场销售管理

第八章 房地产销售策略和技巧

第九章 房地产客户关系管理

参考文献

<<房地产营销概论>>

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>