

<<保险营销学>>

图书基本信息

书名：<<保险营销学>>

13位ISBN编号：9787810985703

10位ISBN编号：7810985701

出版时间：2006-4

出版时间：上海财经大学出版社

作者：粟芳

页数：539

字数：496000

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>

## <<保险营销学>>

### 内容概要

本书分为以下五个部分：第一部分：保险营销原理；第二部分：保险营销环境；第三部分：保险营销策略；第四部分：保险营销渠道；第五部分：保险营销管理。

尽管有关保险营销方面的书籍汗牛充栋，但是大多数没有能够从完全人保险的角度出发来分析保险营销。

本书的特点在于非常注重“保险”，是一本“保险”特色浓厚的保险营销学教材。

其中对于各种保险营销渠道是分析和介绍比较具有创新性。

本书结构逻辑严密性和全面性也是本书的又一大亮点。

本书的目标读者不但包括高等院校保险、金融专业的本科和硕士研究生（使他们对保险营销的理论和实践有深入的了解），而且也包括保了全公司的营销人员（使他们能够更加全面深入地了解保险营销的体系）。

为了方便读者的学习和阅读，我们在每章开始设计了引语，以使读者对本章产生浓厚的兴趣。

在各章中间，我们还单独列出了许多案例以及保险营销的一些最新发展情况。

这也是本书的一大亮点，让您对当前的相关事件有一定的了解。

## <<保险营销学>>

### 作者简介

粟芳，女，1974年出生，四川人。

上海财经大学金融学院副教授，上海财经大学金融保险研究所副所长，中国社会保障与保险论坛副秘书长。

2002年在上海财经大学获经济学博士学位，1999年在电子科技大学获管理学硕士学位。

任“财产保险”、“非寿险精算”、“保险信息管理”、“保

## &lt;&lt;保险营销学&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一部分 保险营销原理 第一章 保险营销概述 第二节 保险营销的含义 第三节 保险营销的主体 第四节 保险营销的客体 第五节 保险营销的对象 第二章 保险营销的计划和调研 第一节 保险营销计划的内容 第二节 保险营销计划的制订方法 第三节 保险营销的调研第二部分 保险营销环境 第三章 保险产品 第一节 保险产品的含义 第二节 人身保险产品 第三节 财产保险产品 第四章 保险需求分析 第一节 保险需求的含义与特征 第二节 个人保险需求及影响因素 第三节 个人投保决策过程 第四节 企业保险需求及影响因素 第五节 企业投保决策过程 第五章 保险营销环境 第一节 保险营销环境概述 第二节 保险营销的外部环境 第三节 保险营销的内部环境 第四节 保险营销环境的监测和分析 第六章 保险目标市场细分 第一节 保险市场细分 第二节 保  
仔市细分的依据 第三节 保险目标市场的选择.....第三部分 保险营销策略 第七章 保险竞争策略 第八章 保险产品策略 第九章 保险产品价格策略 第十章 保险促销策略概述 第十一章 保险关系营销策略第四部分 保险营销渠道 第十二章 保险营销渠道 第十三章 直接营销 第十四章 代理营销体系 第十五章 经纪人营销体系第五部分 保险营销管理 第十六章 保险营销队伍的建立和管理 第十七章 保险营销管理 第十八章 保险营销临管参考文献

<<保险营销学>>

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>