

<<房地产市场营销>>

图书基本信息

书名：<<房地产市场营销>>

13位ISBN编号：9787811239119

10位ISBN编号：7811239116

出版时间：2010-1

出版时间：北京交通大学出版社

作者：苗长川 编

页数：276

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>

<<房地产市场营销>>

内容概要

《房地产市场营销》以房地产市场营销为出发点，依据理论与实务相结合的原则，紧密联系我国房地产市场营销发展的实际，在积极吸收国内外房地产市场营销的新经验、新成果、新理念的基础上编写的房地产、物业管理类专业的专业课教材。

书中从房地产市场营销岗位必备的知识与能力出发，在介绍有关房地产市场营销理论的同时，重点突出房地产市场营销的技能、技巧和方法的培养，详细介绍了房地产市场营销的操作思路、操作流程及操作方法的阐述，以提高学生的岗位实践能力。

为此，书中根据最新行业动态，紧扣房地产企业的营销实践，设计了房地产市场营销的理论、策略、操作流程与方法、案例分析、经验、图表、实训练习等内容。

《房地产市场营销》内容精练，繁简适度，通俗易懂，易学性和可读性强。

《房地产市场营销》不仅可作为高职高专、成人高校及本科院校举办的“二级”职业技术学院房地产、物业管理类专业的教材，也可作为房地产企业营销人员岗位培训、函授教育、资格考试用书，还可用作房地产、物业管理类企业市场营销从业人员自学的参考书籍。

<<房地产市场营销>>

书籍目录

第1章 概述1.1 房地产市场营销概述1.1.1 房地产与房地产行业1.1.2 房地产市场1.2 房地产市场营销1.2.1 房地产市场营销的概念1.2.2 房地产市场营销理念的演变1.2.3 房地产市场营销管理的过程1.2.4 房地产营销观念创新1.3 房地产市场营销相关知识1.3.1 房地产法律知识1.3.2 房地产开发的土地使用权1.3.3 房地产项目的规划与设计1.3.4 物业管理复习思考题案例分析题实训练习题第2章 房地产市场调查与预测2.1 房地产市场调查2.1.1 房地产市场调查的概念2.1.2 房地产市场调查的内容2.1.3 房地产市场调查的方法2.1.4 房地产市场调查的步骤2.1.5 楼盘市场调查样表2.1.6 房地产市场调查报告的撰写2.2 房地产市场预测2.2.1 房地产市场预测概述2.2.2 房地产市场预测的步骤和方法复习思考题案例分析题实训练习题第3章 房地产营销环境分析3.1 房地产市场营销环境概述3.1.1 房地产市场营销环境的概念3.1.2 房地产市场营销环境的特点3.1.3 房地产市场营销环境的影响因素3.2 房地产市场营销环境分析3.2.1 房地产企业市场营销机会分析3.2.2 房地产企业环境威胁分析3.2.3 房地产企业内部环境分析3.2.4 竞争对手分析3.2.5 房地产项目营销的SWOT分析法复习思考题案例分析题实训练习题第4章 房地产购买行为分析4.1 房地产消费者的消费心理分析4.1.1 感觉4.1.2 知觉4.1.3 注意与记忆4.1.4 思维与想像4.1.5 情绪与情感4.1.6 态度4.2 房地产消费者的个性心理4.2.1 购房者的需要4.2.2 购房者的购买动机4.2.3 购房者的个性特征4.3 社会文化与家庭对房地产消费的影响4.3.1 社会文化对购房心理的影响4.3.2 家庭生命周期与购房心理4.4 房地产消费者的消费行为模式4.4.1 购买行为要素4.4.2 购房决策过程4.4.3 购房决策规则复习思考题案例分析题实训练习题第5章 房地产目标市场5.1 房地产市场细分5.1.1 房地产市场细分的概念5.1.2 房地产市场细分的作用5.1.3 房地产市场细分的原则5.1.4 房地产市场细分的标准5.1.5 房地产市场细分的程序5.1.6 房地产市场细分的方法5.2 房地产目标市场选择5.2.1 房地产目标市场选择的程序5.2.2 房地产目标市场营销策略5.2.3 房地产目标市场营销策略选择的原则5.3 房地产产品的市场定位5.3.1 房地产市场定位的概念5.3.2 房地产市场定位的内容5.3.3 房地产市场定位的程序5.3.4 房地产产品市场定位目标的实用技巧复习思考题案例分析题实训练习题第6章 房地产产品策略6.1 房地产产品6.1.1 房地产产品的整体概念6.1.2 产品整体概念的意义6.1.3 房地产产品的类型6.1.4 房地产产品的核心利益、基础价值与期望利益6.2 房地产产品规划与策划6.2.1 房地产产品规划6.2.2 房地产产品策划6.3 房地产产品品牌策略6.3.1 创名牌与发展名牌：企业竞争取胜之道6.3.2 开创房地产产业中的名牌6.4 房地产产品包装6.4.1 房地产产品包装的特性6.4.2 品牌包装的作用及概念6.4.3 如何进行品牌包装复习思考题案例分析题实训练习题第7章 房地产价格和渠道策略7.1 房地产价格构成与影响因素7.1.1 房地产价格的构成7.1.2 影响房地产价格的主要因素7.2 房地产定价7.2.1 房地产定价目标7.2.2 房地产定价方法7.2.3 定价的基本策略7.3 房地产营销渠道策略7.3.1 房地产营销渠道概念7.3.2 房地产营销渠道的类型与特点7.3.3 房地产营销渠道选择策略7.3.4 影响营销渠道策略选择的因素7.3.5 房地产营销渠道管理复习思考题案例分析题实训练习题第8章 房地产促销策略8.1 房地产促销与促销组合8.1.1 房地产促销概述.....第9章 房地产营销管理第10章 房地产销售技巧参考文献

<<房地产市场营销>>

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>