

《银行营销管理》

图书基本信息

书名：《银行营销管理》

13位ISBN编号：9787542910769

10位ISBN编号：7542910760

出版时间：2003-03-01

出版社：立信会计出版社

作者：奚君羊

页数：294

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《银行营销管理》

内容概要

银行的所有与客户有关的经营管理活动都与营销有非因即果的紧密关联，因此，营销应成为银行经营管理的中心环节。

随着银行营销活动的发展，银行营销的观念也在不断深化。银行的营销活动固然需要新理论的指导，但即使是最新的营销观念也不能完全取代传统的营销组合观念。本书试图在取长补短的基础上把最新的营销理念，如整体营销，内部营销和关系营销与传统的营销方法结合起来，以便推陈出新。本书的特点不仅在于把银行的核心活动作了分解，而且还对其相互关系和前后顺序安排提出了独到的见解。

书籍目录

第一章 银行营销导论

第一节 银行营销的起源

第二节 银行营销观念的演变

第三节 银行营销与一般工商业营销的差异

第四节 银行营销管理的基本框架

第二章 市场细分

第一节 市场细分的含

《银行营销管理》

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：www.tushu000.com