

《保险市场营销学》

图书基本信息

书名：《保险市场营销学》

13位ISBN编号：9787501739189

10位ISBN编号：7501739188

出版时间：2000-1

出版社：中国经济

作者：姚久荣

页数：328

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

《保险市场营销学》

内容概要

《保险市场营销学》这本书，它具有几个鲜明的行业特点：首先，探讨了我国保险企业转换经营机制的理论和实践问题，充实了我国保险企业管理理论。其次作者运用市场营销的理论特点，总结了国内外保险企业管理的经验和教训，较详细地论述了保险市场研究、市场营销计划、市场营销策略（即险种策略、费率策略、销营渠道策略和促销策略）、资金运用和风险管理等重要问题。第三，作者分析了国外保险市场营销的产生和发展，这对我国保险市场营销的发展也极具借鉴意义。

《保险市场营销学》

作者简介

姚久荣，男，1963年生，吉林人。1985年大学毕业。1991年获企业管理硕士学位。1997年获经济学博士学位。现供职于中国人民保险公司北京市分公司，中国金融学院兼职教授。著有《人身保险》(与人合著)、《寿险企业管理学》(主要作者)和硕士论文《企业风险管理初论》等。

《保险市场营销学》

书籍目录

三版前言二版前言初版前言初版序第一章 市场营销学概论第一节 市场营销学的产生与发展第二节 市场营销学的基本观点与基本方法第三节 市场营销学在金融企业管理中的应用第四节 金融市场营销学和保险市场营销学第二章 保险市场营销程序与市场营销计划第一节 保险市场营销管理程序第二节 市场营销计划的概念第三节 市场营销计划的编制程序和主要内容第三章 保险市场营销环境与购买行动第一节 保险市场营销环境第二节 个体购买者行为第三节 集体购买者行为第四章 保险市场营销调查研究第一节 保险市场营销信息系统第二节 保险市场营销调查研究第三节 保险市场调查研究的题目第五章 保险市场细分与目标市场选择第一节 保险市场细分化第二节 保险市场细分的方法第三节 目标市场的选择第六章 保险险种策略第七章 保险费策略第八章 保险销售渠道策略第九章 保险促销策略之一——展业推广、广告和公共关系第十章 保险促销策略之二——人员推销第十一章 人寿保险公司的营销组织与人力开发第十二章 保险法与保险市场监管第十三章 世界保险业的发展趋势第十四章 加入世界贸易组织对中国保险市场的影响附录一 中华人民共和国保险法附录二 保险管理暂行规定（中国人民银行1996年）附录三 主要险种名称

《保险市场营销学》

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：www.tushu000.com