

# 《房地产营销》

## 图书基本信息

书名：《房地产营销》

13位ISBN编号：9787563809127

10位ISBN编号：7563809120

出版时间：2006-5

出版社：北京经院

作者：叶剑平

页数：323

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](http://www.tushu000.com)

# 《房地产营销》

## 内容概要

房地产业在我国是一个既古老又年轻的产业。现代房地产业在我国的兴起，虽然是近20多年的事，但其发展迅猛。本书为“房地产经营管理丛书”中的一本，阐述了房地产市场营销的概念、市场调研、市场定位、市场营销策略、销售执行、后营销策略等内容，同时借鉴外国成熟房地产市场的发展特点并结合我国的实际，探讨我国房地产经营的规律及发展趋势。本书内容丰富，体系完整，可供从事房地产人员参考。

房地产营销是开发商全方位、全过程地适应市场需求以至引领市场需求的自觉行为，一般由市场调研、市场定位、营销策略制定、营销策略执行和调整等过程组成。近年来，随着行业的不断成熟，部分企业已经开始进行房地产后营销的实践活动，同样构成了房地产营销的过程之一。本书结合我国房地产的实际，以房地产营销全过程中实际操作的内容和顺序作为主线，穿插案例加以说明。该书内容全面，理论紧密联系实际，可操作性强，相信对房地产市场的营销工作有着更为实际的指导意义。

# 《房地产营销》

## 作者简介

叶剑平，先后毕业于武汉大学、中国人民大学，获工学学士、经济学硕士、管理学博士学位。1990-1992年赴德国学习不动产管理，1994年在香港理工大学建筑与房地产系作高级访问研究。现任中国人民大学公共管理学院教授，土地管理系主任，中国土地学会常务理事，中国房地

# 《房地产营销》

## 书籍目录

第一章 房地产市场营销导论 第一节 什么是市场营销 第二节 房地产市场的特性 第三节 房地产市场营销的过程 第四节 房地产市场营销应注意的问题?? 第二章 房地产市场调研 第一节 房地产市场营销环境调研 第二节 购房人信息 第三节 竞争对手分析? 第四节 市场调研的方法和程序?? 第三章 房地产市场细分 第一节 房地产市场细分的概念和作用 第二节 房地产市场细分的依据 第三节 房地产市场细分的程序和评估 第四节 目标市场的选择 第四章 产品定位 第一节 产品定位流程 第二节 产品定位原则 第三节 产品定位的目标选择 第四节 获得竞争优势的市场定位 第五章 房地产市场营销策略 第一节 房地产市场营销品牌策略 第二节 房地产市场营销价格策略 第三节 房地产市场营销渠道策略 第四节 房地产市场营销促销组合策略 第五节 房地产市场营销广告策略 第六节 房地产市场营销公共关系策略 第六章 房地产营销计划、组织与控制 第一节 房地产营销计划 第二节 房地产营销控制的基本程序 第三节 房地产营销控制方法?? 第七章 网络时代的房地产市场营销 第一节 网络与房地产市场营销 第二节 网络时代的房地产市场研究 第三节 网络时代的房地产市场营销策 第四节 案例分析

## 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](http://www.tushu000.com)