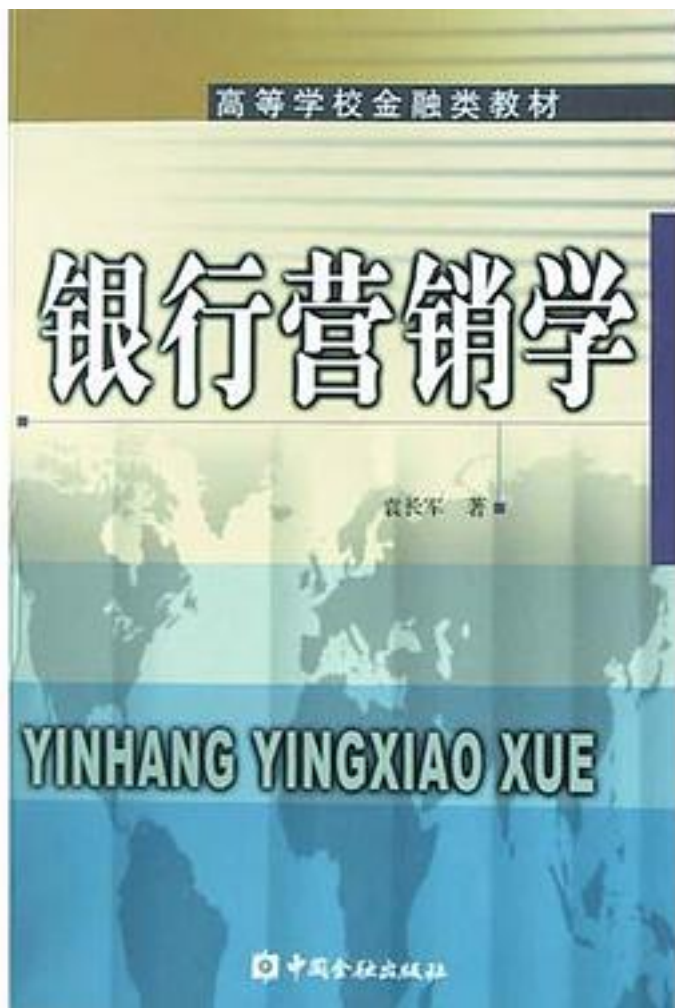


# 银行营销学



[银行营销学\\_下载链接1](#)

著者:袁长军

出版者:中国金融出版社

出版时间:2004-6-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787504933874

鉴于目前适合于大学、金融机构培训及第三类教育机构各科学生使用的银行营销方面的

基础教材十分缺乏，而且，金融专业的学生及金融从业人员也急需一本有一定深度的探讨银行营销相关问题与理论的书籍。更进一步地说，为了更好地使读者了解银行营销活动的理论和实践，推动我国银行营销管理的发展，我编写了这本《银行营销学》。全书共分为十一章，系统地讲解和诠释了商业银行营销管理的主要内容、策略及其方式、方法。第一章是银行营销导论，论述了银行营销的属性、意义、特点及发展，并着重分析了银行营销目前在我国的发展趋势；第二章较全面地分析了银行营销的环境及银行的市场细分与科学的市场定位；第三章与第四章分别介绍银行营销战略与营销计划；第五章至第九章比较深入地阐述银行营销的具体策略，主要包括产品策略、定价策略、分销策略、促销策略及CIS策略、人才策略与CRM策略；第十章介绍了银行营销过程中，组织管理与控制的方法；第十一章结合国外银行的营销现状，全面地分析了我国目前银行营销的问题和今后的发展趋势。

《银行营销学》认为现代银行营销的竞争和发展已经开始突破传统金融产品业务的框架，进入了一个“以客户为中心”的积极变革时代，注重收集客户信息，充分加强与客户的沟通与理解，进行科学的关系营销管理(CRM)，并进行充分的数据挖掘、分析和创新服务，设计出高附加值、个性化的金融产品，为客户提供完善、科学的金融服务已经成为现代商业银行经营的核心。

作者介绍:

目录:

[银行营销学\\_下载链接1](#)

## 标签

金融

金融学

财经

经济学

经济

理财

投资

## 评论

读此书只为考试不为内容。不切合实际、可操作性差，真不如读市场营销自己悟，忽悠人也不能拿这么老的招

-----  
[银行营销学 下载链接1](#)

## 书评

-----  
[银行营销学 下载链接1](#)