

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787040346862

10位ISBN编号：7040346869

出版时间：2012-4

出版时间：杜英姿、杨晓燕 高等教育出版社 (2012-04出版)

作者：杜英姿 著

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>

## <<汽车营销>>

### 内容概要

《汽车营销（第2版）》是根据上海市教育委员会组织开发和制定的《上海市中等职业技术学校汽车运用与维修专业教学标准》，并参照相关行业岗位标准编写的中等职业学校汽车运用与维修专业教学用书。

在第一版的基础上，根据我国有关汽车营销情况和法律法规的变动，结合教学中的实际情况，对部分内容进行了充实和更新。

“汽车营销”是汽车运用与维修专业（汽车商务专门化方向）的专业核心课程，也是汽车维修机工专门化方向、汽车钣金专门化方向、汽车涂装专门化方向的选修课程。

《汽车营销（第2版）》主要内容包括汽车营销市场开发、汽车营销技巧、汽车营销实务、汽车产品质量法规、电子商务知识共5个项目16个活动，每个项目后设置技能训练、项目小结、练习与思考。

《汽车营销（第2版）》主要供中等职业学校汽车运用与维修专业教学使用，也可供相关行业岗位培训参考和汽车营销人员自学使用。

## <<汽车营销>>

### 书籍目录

项目一汽车营销市场开发 活动1理解市场与市场营销的含义 活动2学习和培养汽车市场营销观念 活动3了解和熟悉我国汽车市场营销的发展 技能训练 项目小结 练习与思考 项目二汽车营销技巧 活动1考察汽车销售流程 活动2了解汽车营销人员的职业要求 活动3对客户进行现场接待 活动4车辆展示与介绍 技能训练 项目小结 练习与思考 项目三汽车营销实务 活动1交车准备 活动2交车的流程 活动3车辆与相关文件的交接和确认 活动4提供满意的售后服务 技能训练 项目小结 练习与思考 项目四汽车产品质量法规 活动1了解汽车产品质量标准 活动2“3C”认证 活动3汽车召回 技能训练 项目小结 练习与思考 项目五电子商务知识 活动1了解电子商务对汽车企业的作用 活动2网上汽车销售 技能训练 项目小结 练习与思考 附录汽车营销零件图片汇总 参考文献

## &lt;&lt;汽车营销&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：一、理解市场与汽车市场 1.什么是市场 通常，人们总是把市场看作是交换商品的场所。

这种市场的形式至今仍然很普遍，如商场、城乡集贸市场、汽车交易市场（图1—1）等。

现代商品交换已不再受时间和空间的限制，人们可以在任何时间和任何地方实现商品的交换。

市场已不仅仅指具体的交易场所，而是商品交换关系的总称。

市场营销学中的市场是指有愿意并能够通过交换来满足某种需要欲望的全部顾客，用公式可表示为

市场=人口+购买力+购买欲望 2.汽车市场 汽车市场不仅仅指具体进行汽车交易活动的场所。

将市场的概念运用到汽车这种商品的交换上去，将原有的市场概念中的商品局限于汽车及汽车相关产品，其起点是汽车生产者，终点是汽车消费者或汽车最终用户，就形成了汽车市场。

汽车市场是指将汽车作为商品进行交换，是汽车的买方、卖方和中间商组成的一个有机的整体。

二、市场营销 市场营销是指在不断变化的市场环境中，以顾客需要为出发点，综合运用各种战略和策略，把商品和服务整体销售给顾客，尽可能满足顾客需求，并最终实现企业目标而展开的整体经营活动。

从以上含义可以归纳市场营销的三个要点：市场营销的出发点：顾客需要。

市场营销的手段：运用各种战略和策略。

市场营销的目标：满足顾客需求，实现自身目标。

三、汽车市场营销 1.汽车市场营销 汽车推销营销不等于推销。

推销只是营销的一种手段，是产品过剩初期企业采取的促销方式和销售策略。

营销是以消费者为中心，生产消费者需要的产品，满足消费者需求的整个过程。

2.汽车市场营销的概念 汽车市场营销是指汽车生产或销售企业为了满足消费者的现实需求和潜在需要，实现企业目标，通过市场达成交易的综合性的汽车商务活动过程。

即卖方按买方的需要，在最适当的时间和地点，以最合理的价格和最合理的方式提供汽车产品或服务，买方付出相应的货币满足卖方，双方各得其所。

<<汽车营销>>

编辑推荐

《汽车运用与维修专业课程改革试验教材:汽车营销(第2版)》主要供中等职业学校汽车运用与维修专业教学使用,也可供相关行业岗位培训参考和汽车营销人员自学使用。

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>