

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787111139867

10位ISBN编号：7111139860

出版时间：2004-3-1

出版时间：机械工业出版社

作者：孙凤英

页数：137

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

本书系统地介绍了汽车市场、汽车市场营销和汽车营销业务的基础理论和基本技能。

全书共分6章，内容包括绪论、汽车市场、市场营销学基础、汽车市场营销、汽车营销业务、汽车营销业的现状和发展。

本书以营销观念的变迁为线索，分析了汽车市场营销的基本理论及方法，并较深入地探讨了现代汽车市场营销策略。

本书可用作汽车贸易专业高职教育通用教材，也可供相关人员学习和参考。

<<汽车营销>>

书籍目录

前言第一章 绪论 第一节 汽车工业在国民经济中的地位 第二节 经营与销售 第三节 汽车营销及管理
人员的基本要求第二章 汽车市场 第一节 市场概述 第二节 我国汽车市场的发展历程 第三节 我国
汽车市场的特点及影响因素 第四节 案例分析第三章 市场营销学基础 第一节 市场营销观念
第二节 市场经营 第三节 商品销售 第四节 营销策略 第五节 消费者购买行为研究 第六节 案例分
析第四章 汽车市场营销 第一节 汽车产品市场营销特征 第二节 汽车市场营销的内容、目标及战略
决策 第三节 汽车产品市场营销组合 第四节 汽车销售企业的营销管理 第五节 汽车营销的财务管
理 第六节 企业文化和企业精神 第七节 案例分析第五章 汽车营销业务 第一节 市场营销研究 第
二节 汽车销售程序 第三节 客户选择与商务谈判 第四节 经济合同的订立和履行 第五节 组织和参
加各种订货会、展销会 第六节 汽车的选购 第七节 案例分析第六章 汽车营销业的现状和发展 第
一节 汽车发展史 第二节 汽车营销业的形成及销售与服务 第三节 汽车销售市场的发展趋势 第四
节 案例分析参考文献

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>