

<<汽车及配件营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车及配件营销>>

13位ISBN编号：9787111170327

10位ISBN编号：7111170326

出版时间：2005-9

出版时间：机械工业出版社

作者：边伟

页数：187

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>

<<汽车及配件营销>>

内容概要

《汽车及配件营销（汽车运用与维修专业）》是国家技能型紧缺人才培养培训工程系列教材之一，是高职高专规划教材。

《汽车及配件营销（汽车运用与维修专业）》共分为七章，主要内容有：概论，汽车市场营销环境及市场细分，汽车市场调查与市场预测，汽车产品购买者行为分析，汽车营销组合策略，汽车配件的管理，汽车及配件的销售实务。

《汽车及配件营销（汽车运用与维修专业）》可作为高职高专院校汽车运用与维修专业的专业教材，也可作为有关汽车营销专业人员的培训教材。

<<汽车及配件营销>>

书籍目录

出版说明前言第一章 概论 第一节 市场与市场营销案例 老福特的兴衰第二节 我国汽车工业的发展与现状案例 奇瑞QQ的崛起第三节 我国汽车市场的发展与现状本章小结复习题第二章 汽车市场营销环境及市场细分第一节 汽车市场营销微观环境第二节 汽车市场营销宏观环境第三节 汽车企业适应营销环境变化的策略第四节 汽车市场细分与目标市场选择案例 福特“野马”成功之道本章小结复习题第三章 汽车市场调查与市场预测第一节 汽车市场营销调查第二节 汽车市场预测第三节 汽车市场营销的信息系统案例 上海别克轿国内市场调查与分析实训 汽车市场营销调查本章小结复习题第四章 汽车产品购买者行为分析第一节 汽车用户购买行为概述第二节 汽车个人用户购买行为分析案例 购买行为分析第三节 集团组织汽车用户购买行为分析本章小结复习题第五章 汽车营销组合策略第一节 汽车产品策略案例1 世界汽车产品的商标策略案例2 耐人寻味的车型“生命周期”第二节 汽车产品定价策略案例 汽车定价中的“价格标签”第三节 汽车分销策略案例 宝马汽车的良好分销渠道第四节 汽车产品促销策略案例 促销策略种种第五种 汽车服务策略案例 标志205俱乐部——售后服务的新模式本章小结复习题第六章 汽车配件的管理第一节 汽车配件的进货管理实训 常用配件的编码查询第二节 汽车配件的仓储管理.....第七章 汽车及配件的销售实务参考文献

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>