

<<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：9787114067099

10位ISBN编号：7114067097

出版时间：2007-8

出版时间：人民交通出版社

作者：刘振楼

页数：240

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

《高职高专汽车专业教材：汽车及配件营销（第2版）》结合汽车、汽车配件知识，系统阐述了汽车及配件营销的策略、艺术和具体方法。

全书共十七章，主要内容包括：概述；汽车的分类与发展；轿车导购的知识与原则；当代汽车新型电子控制装置简介；汽车营销管理艺术；汽车市场营销环境；汽车市场特征及购买行为分析；汽车企业市场定位与市场竞争；汽车及其配件的价格管理与定价策略；汽车产品的分销；汽车产品的促销；对汽车及配件营销人员的要求；汽车产品的售后服务；汽车配件的供应与管理；汽车售后技术服务岗位工作实务；销售人员工作实务；汽车营销案例分析。

《高职高专汽车专业教材：汽车及配件营销（第2版）》可作为高职高专院校汽车类相关专业的教学用书，还可供从事汽车、工程机械及其配件营销的技术人员阅读及相关单位的干部职工培训使用。

。

## &lt;&lt;汽车及配件营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 概述第一节 我国汽车工业和汽车市场的发展第二节 现代市场营销观念的确立第三节 汽车营销学的研究对象与方法复习思考题第二章 汽车的分类与发展第一节 汽车的分类第二节 特种车分类第三节 汽车的主要性能指标和参数第四节 汽车发展潮流复习思考题第三章 轿车导购的知识与原则第一节 轿车的车型选择与购车流程第二节 贷款买车第三节 汽车保险第四节 轿车导购的主要原则复习思考题第四章 当代汽车新型电子控制装置简介第一节 电控燃油喷射发动机第二节 电控自动变速器第三节 安全气囊系统第四节 制动防抱死及牵引力控制系统第五节 电子稳定程序装置第六节 轿车导航系统第七节 巡航控制系统第八节 智能安全、防盗装置第九节 轿车防撞系统第十节 蓝牙技术在轿车中的应用第十一节 纳米技术在轿车制造领域中的应用第十二节 车载信息系统第十三节 其他电子控制系统复习思考题第五章 汽车营销管理艺术第一节 汽车企业的战略分析及市场营销组织第二节 汽车销售者管理艺术复习思考题第六章 汽车市场营销环境第一节 汽车市场营销的宏观环境第二节 汽车市场营销的微观环境第三节 人世后汽车市场营销的国际环境复习思考题第七章 汽车市场特征及购买行为分析第一节 私人消费汽车市场特征及购买行为第二节 集团组织汽车市场特征及购买行为复习思考题第八章 汽车企业市场定位与市场竞争第一节 汽车市场的细分第二节 汽车企业市场定位第三节 汽车企业营销竞争战略复习思考题第九章 汽车及其配件的价格管理与定价策略第一节 汽车及其配件的价格管理第二节 影响汽车定价的主要因素第三节 企业定价的主要方法第四节 汽车产品的定价策略复习思考题第十章 汽车产品的分销第一节 汽车分销渠道及中间商类型第二节 汽车分销艺术复习思考题第十一章 汽车产品的促销第一节 汽车产品促销方式及促销策略第二节 人员推销实务与管理第三节 广告的选择与策略第四节 营业推广的促销方式第五节 公共关系促销的方法和策略第六节 汽车的关系促销艺术第七节 汽车的定向营销复习思考题第十二章 对汽车及配件营销人员的要求第一节 销售人员的职责第二节 销售人员应具备的素质和能力第三节 商务谈判第四节 合同的制定复习思考题第十三章 汽车产品的售后服务第一节 汽车企业的售后服务工作第二节 售后服务内容及机构设置复习思考题第十四章 汽车配件的供应与管理第一节 汽车配件的分类及需求预测第二节 汽车配件的仓储管理第三节 汽车配件营销的现代化管理第四节 汽车配件的编码第五节 车辆识别代码复习思考题第十五章 汽车售后服务岗位工作实务第一节 业务接待工作的程序及内容第二节 车间的调度管理第三节 某公司员工的招聘与任用举例复习思考题第十六章 销售人员工作实务第一节 如何做一个优秀的销售代表第二节 如何对客户进行服务第三节 商务礼仪复习思考题第十七章 汽车营销案例分析复习思考题参考文献

## <<汽车及配件营销>>

### 编辑推荐

进入21世纪,我国的汽车市场形态发生了天翻地覆的变化,汽车市场营销活动日新月异,与国际汽车市场的全面接轨已势在必行。

本书借鉴西方发达国家汽车工业及其市场营销的历史经验和教训。

将现代市场营销的理念、策略、艺术和方法等正应用于汽车营销市场。

系统阐述了汽车及配件营销的策略、艺术和具体方法。

主要内容包括:概述;汽车的分类与发展;轿车导购的知识与原则;当代汽车新型电子控制装置简介;汽车营销管理艺术;汽车市场营销环境;汽车市场特征及购买行为分析;汽车企业市场定位与市场竞争;汽车及其配件的价格管理与定价策略等。

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>