

<<汽车市场营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销>>

13位ISBN编号：9787811149296

10位ISBN编号：781114929X

出版时间：2008-8

出版时间：电子科技大学出版社

作者：牛艳莉 编

页数：272

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>

<<汽车市场营销>>

内容概要

《高职高专“十一五”规划教材：汽车市场营销》是高职高专“十一五”汽车类专业规划教材。本书借鉴近年来高职高专教育相关专业技能型人才培养和教学改革经验，吸收市场营销学界最新的理论成果和汽车企业日新月异的营销实践经验编写而成。

本书主要包括：汽车市场营销概述、汽车市场营销环境分析、汽车市场营销调研与预测、汽车消费者分析、汽车市场细分与目标市场选择、汽车市场竞争战略分析、汽车产品策略、汽车价格策略、汽车销售渠道策略、汽车促销策略、汽车网络营销和电子商务。

本书体系完整，资料新颖，理论以“必需、够用”为度，强调“案例教学”。

通过学习本书，学习者可以较好地掌握汽车市场营销的基本理论、基本方法和基本技能。

《高职高专“十一五”规划教材：汽车市场营销》适用于高等职业院校、成人高校、本科院校举办的二级职业技术学院汽车技术服务与营销专业及其他汽车类专业的教学，也可供五年制高职学生使用，并可作为从事汽车营销管理工作人员的培训和学习用书。

书籍目录

第一章 汽车市场营销概论第一节 汽车市场与汽车市场营销第二节 汽车市场营销观念的演变第三节 我国汽车市场营销发展概况第二章 汽车市场营销环境分析第一节 汽车市场营销环境概述第二节 汽车市场营销宏观环境分析第三节 汽车市场营销微观环境分析第四节 汽车企业适应市场营销环境变化的策略第三章 汽车市场营销调研与预测第一节 汽车营销信息系统第二节 汽车市场营销调研第三节 汽车市场营销预测第四章 汽车市场分析第一节 汽车消费者市场分析第二节 事业机构及政府购车行为第三节 商业购买行为第五章 汽车市场细分与目标市场选择第一节 汽车市场细分第二节 汽车目标市场选择第三节 汽车市场定位第六章 汽车市场竞争战略分析第一节 汽车市场竞争者分析第二节 汽车市场主导者战略第三节 汽车市场挑战者战略第四节 汽车市场跟随者战略第五节 汽车市场补缺者战略第七章 汽车产品营销策略第一节 汽车产品组合策略第二节 汽车产品品牌与商标策略第三节 汽车产品生命周期理论与策略第八章 汽车价格策略第一节 汽车价格综述第二节 汽车定价的基本方法第三节 汽车产品定价策略第九章 汽车销售渠道策略第一节 汽车销售渠道概述第二节 汽车销售渠道中的中间商第三节 汽车销售渠道的管理第十章 汽车促销策略第一节 汽车促销组合第二节 汽车人员推销策略第三节 汽车广告策略第四节 汽车营业推广策略第五节 汽车营销公关策略第十一章 汽车网络营销与电子商务第一节 汽车网络营销第二节 汽车电子商务参考文献

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>