

<<汽车市场营销-第二版>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销-第二版>>

13位ISBN编号：9787040347715

10位ISBN编号：7040347717

出版时间：2012-4

出版时间：高等教育出版社

作者：陈永革 编

页数：256

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-第二版>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·汽车专业系列：汽车市场营销（第2版）》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版。

全书共10章，从汽车市场营销基本理论出发，主要讲述汽车市场营销原理、汽车市场营销分析、汽车市场营销战略、汽车市场营销策略和汽车市场营销策划等五部分内容。

汽车市场营销原理：重点是使学生确立现代市场营销观念。

汽车市场营销分析：重点学习环境分析、市场分析和消费者购买行为分析，使学生掌握分析的内容和方法。

汽车市场营销战略：在学习汽车服务战略、顾客满意战略和市场竞争战略等三种不同类型战略的基础上，使学生掌握汽车市场营销的战略思想。

汽车市场营销策略：重点学习汽车产品策略、定价策略、销售渠道策略和促销策略，使学生比较系统地掌握麦肯锡“4P”理论。

汽车市场营销策划：在学习汽车市场营销策略的基础上，使学生了解作为汽车营销人员应具备营销策划的基本能力，应掌握汽车市场营销策划方案的制订、管理和控制。

通过这五部分内容的学习，可以使学生比较系统而完整地掌握汽车市场营销学的基本原理、主要内容和策划方法。

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·汽车专业系列：汽车市场营销（第2版）》可作为应用型本科及高职高专汽车类专业的教材，亦可供相关专业及从事汽车营销人员参考。

书籍目录

第1章 概论1.1 汽车市场1.2 汽车市场营销1.3 汽车市场营销观念1.4 我国汽车后市场发展概况本章小结思考题第2章 汽车市场营销环境分析2.1 汽车市场营销环境概述2.2 汽车市场营销宏观环境分析2.3 汽车市场营销微观环境分析2.4 汽车市场营销环境分析及应对策略本章小结思考题第3章 汽车市场分析3.1 汽车市场分析概述3.2 汽车市场调研3.3 汽车市场营销预测3.4 汽车市场细分与目标市场选择本章小结思考题第4章 汽车消费者购买行为分析4.1 汽车消费者购买行为概述4.2 影响汽车消费者购买行为的因素4.3 汽车消费者购买行为分析4.4 汽车业务市场购买行为分析本章小结思考题第5章 汽车市场营销战略5.1 汽车市场营销战略概述5.2 汽车服务战略5.3 顾客满意战略5.4 汽车市场竞争战略本章小结思考题第6章 汽车产品策略6.1 汽车产品概述6.2 汽车产品组合6.3 汽车产品寿命周期及其策略6.4 汽车产品品牌与商标策略本章小结思考题第7章 汽车定价策略7.1 汽车定价概述7.2 影响汽车价格的因素7.3 汽车定价目标7.4 汽车定价方法7.5 汽车定价策略本章小结思考题第8章 汽车销售渠道策略8.1 汽车销售渠道概述8.2 汽车销售渠道中的中间商8.3 汽车销售渠道的管理8.4 汽车销售渠道发展策略8.5 汽车电子网络销售渠道本章小结思考题第9章 汽车促销策略9.1 汽车促销概述9.2 汽车人员促销策略9.3 汽车广告策略9.4 汽车销售促进策略9.5 汽车公共关系策略本章小结思考题第10章 汽车市场营销策划10.1 汽车市场营销策划概述10.2 汽车营销策划的内容10.3 汽车营销策划方案的制订与实施10.4 汽车营销策划方案的控制10.5 汽车促销的营销策划本章小结思考题参考文献

<<汽车市场营销-第二版>>

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>