第一图书网, tushu007.com

<<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：9787111207634

10位ISBN编号：7111207637

出版时间：2007-3

出版时间：机械工业

作者：戚叔林

页数：270

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

内容概要

《汽车市场营销》注重内现实性、超前性，强调知识的系统性、针对性，立足形式的新颖性、易读性，以加强汽车行业从业人员的理论素养、提高汽车营销人员的实践能力为目标，全面系统地阐述了市场营销、汽车市场营销环境、汽车市场调研与预测、汽车消费者分析、汽车营销战略和渠道、汽车产品策略、汽车定价策略和促销组合、二手车市场调查、汽车电子商务和网络营销等基础知识。

《汽车市场营销》可作为高职院校汽车营销专业、管理专业的必修课程教材，也可作为汽车制造、汽车维修专业的选修课教材，还可作为汽车营销专业人员的培训教材和参考书。

<<汽车市场营销>>

书籍目录

丛书序前言第1章　概论1.1　市场营销概述1.2　市场营销观念的演变1.3　我国汽车工业与汽车市场的发展本章小结复习思考题第2章　汽车市场营销环境分析2.1　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本章小结复习思考题第3章　汽车市场营销调研与预测3.1　汽车营销信息系统3.2　汽车市场营销调研3.3　汽车市场预测本章小结复习思考题第4章　汽车消费者分析4.1　汽车消费者市场的分类和特点4.2　汽车消费者购买行为分析4.3　影响汽车消费者购买行为的主要因素4.4　汽车消费者的购买决策本章小结复习思考题第5章　汽车市场营销战略5.1　汽车市场细分5.2　目标市场选择5.3　市场定位策略本章小结复习思考题第6章　汽车销售渠道分析6.1　汽车销售渠道分析6.2　国外汽车销售渠道的概况6.3　国内汽车销售模式分析6.4　汽车销售渠道的设计和组织本章小结复习思考题第7章　汽车产品策略第8章　汽车产品的定价策略第9章　汽车销售策略第10章　二手汽车评估第11章　汽车电子商务与网络营销参考文献

编辑推荐

其他版本请见：《汽车市场营销（第2版）》

第一图书网, tushu007.com

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