

<<汽车市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销学>>

13位ISBN编号：9787111207665

10位ISBN编号：7111207661

出版时间：2007-2

出版时间：机械工业

作者：徐向阳

页数：212

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>

<<汽车市场营销学>>

内容概要

本书借鉴了国内外大量的汽车市场营销资料和相关教材，结合中国汽车市场的特点，系统阐述了汽车市场营销的基本理论，并结合作者对中国汽车市场、汽车市场营销的研究成果，通过大量的案例，真实地反映了中国汽车市场营销的最新发展，使读者既能够学到汽车市场营销的基本理论，又能够理论联系实际地对汽车市场营销有系统而全面的了解，从而掌握汽车市场营销的精髓。

本书共分十三章，包括汽车市场营销概述、汽车企业的战略规划和营销管理、汽车市场营销环境分析、汽车市场购买行为分析、汽车市场调研与预测、汽车市场竞争战略与目标市场营销、汽车营销的4P策略、汽车服务与客户满意战略、汽车营销实务以及二手车贸易等相关内容。

本书的“电子教案”位于机械工业出版社教材服务网上，向本书授课教师免费提供，请需要者填写书末的“信息反馈表”寄回出版社进行索取。

本书为高等院校车辆工程专业和汽车服务工程专业本科教材。
高等职业技术学院的学生可以有选择地学习，也可以供相关专业的研究生参考。
对于汽车市场营销第一线的管理人员和其他工作人员同样具有很高的参考价值。

<<汽车市场营销学>>

书籍目录

前言第一章 汽车市场营销概述 第一节 汽车市场营销的概念 第二节 汽车市场营销的作用和职能 第三节 中国汽车市场的现状与发展 思考题第二章 汽车企业的战略规划和营销管理 第一节 汽车企业的战略规划及战略选择 第二节 汽车企业的市场营销管理 思考题第三章 汽车市场营销环境分析 第一节 汽车市场营销环境分析概述 第二节 汽车市场营销的宏观环境 第三节 汽车市场营销的微观环境 第四节 汽车市场营销的环境分析方法 思考题 讨论题第四章 汽车市场购买行为分析 第一节 私人消费市场的购买行为分析 第二节 集团业务市场的购买行为分析 思考题第五章 汽车市场调研与预测 第一节 汽车市场营销调研 第二节 汽车市场营销预测 第三节 汽车市场营销的信息系统 思考题第六章 汽车市场竞争战略与目标市场营销 第一节 汽车市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 汽车企业市场定位 第四节 汽车市场营销竞争战略分析 思考题第七章 汽车产品策略 第一节 汽车产品与产品组合策略 第二节 汽车产品生命周期与营销策略 第三节 汽车新产品开发策略 第四节 汽车产品品牌策略第八章 汽车价格策略 第一节 汽车价格综述 第二节 汽车定价的目标与程序 第三节 汽车定价的基本方法 第四节 汽车产品定价策略 第五节 正确看待我国汽车市场的降价行为 思考题第九章 汽车分销策略第十章 汽车促销策略第十一章 汽车服务与客户满意战略第十二章 汽车营销实务第十三章 二手车贸易参考文献

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>