

<<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：9787114051470

10位ISBN编号：7114051476

出版时间：2004-1

出版时间：人民交通出版(北京中交盛世书刊有限公司)

作者：李文义 编

页数：217

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

《高等学校教材：汽车市场营销》系统阐述了汽车营销的基本原理，为汽车企业制定战略规划和进行营销活动提供了具体策略和方法。

具体介绍了汽车营销管理过程，汽车营销战略规划，汽车营销环境，汽车营销调研及信息系统，汽车市场购买行为，汽车市场细分、目标市场选择和市场定位，汽车产品、价格、渠道、促销策略，国际汽车市场营销及汽车营销策划等内容。

并有针对性的精选了部分营销案例来说明汽车营销理论和方法的应用，较好的体现了科学性、知识性、系统性和实用性的统一。

《高等学校教材：汽车市场营销》可作为高等院校汽车营销、汽车工程类相关专业教材，又可作为汽车营销及相关人员提高业务能力的培训教材。

书籍目录

第一章 汽车市场营销概述 第一节 市场营销及市场营销学 第二节 汽车营销的研究对象与方法 第三节 汽车营销管理过程第二章 汽车市场营销战略规划 第一节 汽车市场营销战略总述 第二节 汽车市场竞争战略 第三节 汽车市场发展战略 第四节 汽车产品市场差异化战略第三章 汽车市场营销环境 第一节 市场营销环境概述 第二节 汽车市场营销宏观环境 第三节 汽车市场营销微观环境第四章 汽车市场营销调研及信息系统 第一节 汽车营销信息系统 第二节 汽车市场营销调研程序第五章 汽车市场购买行业分析 第一节 消费者市场行业模式 第二节 影响消费者购买行为的因素 第三节 消费者购买决策过程 第四节 商业购买行业 第五节 事业机构及政府汽车购买行业第六章 汽车市场细分、目标市场选择和市场定位 第一节 汽车市场细分 第二节 汽车目标市场确定 第三节 汽车市场定位第七章 汽车市场产品策略 第一节 汽车产品概念及产品生命周期 第二节 汽车产品组合策略 第三节 汽车新产品开发策略 第四节 产品包装与品牌战略第八章 汽车营销价格策略第九章 汽车分销策略第十章 汽车促销策略第十一章 国际汽车市场营销第十二章 汽车营销策划参考文献

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>