

<<汽车营销策划>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销策划>>

13位ISBN编号：9787122130488

10位ISBN编号：7122130487

出版时间：2012-2

出版时间：化学工业出版社

作者：伍静 主编

页数：157

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>

<<汽车营销策划>>

前言

为贯彻《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》以及教育部等六部委《关于实施职业院校制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训工程的通知》精神，积极推进课程改革和教材建设，为职业教育和培训提供丰富、多样和实用的教材，更好地满足职业教育改革与发展的需要，按照教育部颁布的《汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训教材指导方案》的要求，紧密结合目前汽车销售行业的实际需要，编写了《汽车营销策划》教材，供汽车技术服务与营销和汽车运用与维修等专业教学使用。

本书在编写过程中，认真总结了多年的教学经验，注意吸收先进的职业教育理念和方法，在编写体例上强调一个“新”字，在内容上注重汽车后市场职业岗位对人才的知识、能力要求，力求与相应的职业资格标准衔接。

本书按照“项目驱动、行动导向型教学法”进行讲解，理论和实际相结合，注重职业能力的培养，按照汽车营销策划岗位所需知识和处理相关问题的方法和技能教学，学生通过学习可以较快地适应汽车营销策划岗位。

全书共九个项目，主要内容包括：汽车营销策划人员的基本要求、汽车营销策划基本理论、汽车营销调研策划、汽车营销定位策划、汽车产品品牌策划、汽车定价策划、汽车营销渠道策划、汽车促销策划、汽车企业形象策划等。

本书为高职高专类学校汽车相关专业的教材，也可作为汽车营销策划从业人员的培训用书，同时还可以作为广大营销人员系统了解汽车营销策划知识的参考书。

本书编写分工：胡寒玲编写项目一；伍静编写项目二、项目六、附录；李刚编写项目三、项目四；陈珊编写项目九；李蓉编写项目五；胡厚荣编写项目七、项目八。

全书由伍静担任主编，李刚担任副主编。

在本书的编写过程中，参考了国内外有关大量的资料和文献，在此向原作者表示诚挚的谢意。

本书配套电子课件，可赠给用本书作为授课教材的院校和老师，如有需要，可发邮件至hqlbook@126.com索取。

由于编者水平以及掌握资料的限制，加之时间仓促，书中不足之处在所难免，在此恳请同行专家及读者指正。

编者

<<汽车营销策划>>

内容概要

本书根据教育部颁布的《汽车运用与维修领域技能型紧缺人才培养培训教材指导方案》及交通行业职业技能规范和技术工人标准组织编写，系统阐述了汽车营销策划的策略和具体方法。

本书内容主要包括：汽车营销策划人员的基本要求、汽车营销策划基本理论、汽车营销调研策划、汽车营销定位策划、汽车产品品牌策划、汽车定价策划、汽车营销渠道策划、汽车促销策划、汽车企业形象策划等。

《汽车营销策划》每个项目内容由情景引入，正文中融入了大量的典型案例，通过案例学习和理解内容，便于读者学习和掌握。

为方便教学，配套电子课件。

<<汽车营销策划>>

书籍目录

- 项目一 汽车营销策划人员的基本要求
 - 任务一 汽车营销策划人员概述
 - 一、汽车营销策划人员的含义
 - 二、汽车营销策划人员工作任务
 - 任务二 汽车营销策划人员的职业要求
 - 任务三 汽车营销策划人员应具备的素质和能力
 - 一、职业道德
 - 二、基本知识
 - 三、基本技能
 - 项目小结
 - 任务检测
 - 任务工单
- 项目二 汽车营销策划基本理论
 - 任务一 汽车营销策划含义与特征
 - 一、汽车营销策划的含义
 - 二、汽车营销策划的特征
 - 任务二 汽车营销策划的基本原则和基本步骤
 - 一、汽车营销策划的基本原则
 - 二、汽车营销策划的基本步骤
 - 任务三 如何写好汽车营销策划书
 - 一、汽车营销策划书的要素与原则
 - 二、汽车营销策划书的内容与结构
 - 三、汽车营销策划书的撰写技巧
 - 项目小结
 - 任务检测
 - 任务工单
- 项目三 汽车营销调研策划
 - 任务一 汽车营销调研策划概述
 - 一、汽车营销调研策划的概念及作用
 - 二、汽车营销调研策划的对象与类型
 - 三、汽车营销调研策划的内容
 - 任务二 汽车营销调研策划的流程
 - 一、确定调研目标
 - 二、制定调研计划
 - 三、收集调研信息
 - 四、分析调研信息
 - 五、提交调研报告
 - 项目小结
 - 任务检测
 - 任务工单
- 项目四 汽车营销定位策划
 - 任务一 汽车营销定位策划的内容
 - 一、汽车营销定位策划的含义与内容
 - 二、汽车营销定位策划的最佳途径
 - 任务二 汽车营销定位策划的流程

<<汽车营销策划>>

- 一、汽车市场细分：成功定位的起点
- 二、汽车目标市场选择：寻找定位的坐标
- 三、汽车市场定位

任务三 汽车市场定位策划的策略

- 一、汽车市场定位过程、步骤策划
- 二、汽车市场定位策略策划

项目小结

任务检测

任务工单

项目五 汽车产品品牌策划

任务一 汽车产品策略策划

- 一、汽车产品策略策划的步骤
- 二、汽车产品组合策略策划
- 三、汽车产品市场生命周期策略策划

任务二 汽车新产品开发策划

- 一、汽车新产品的概念
- 二、汽车新产品开发的必要性
- 三、汽车新产品开发的主要障碍
- 四、汽车新产品开发的流程
- 五、汽车新产品上市的策略

任务三 汽车品牌策划

- 一、品牌的含义
- 二、汽车品牌的特征
- 三、汽车品牌的作用
- 四、汽车品牌策略策划
- 五、中国汽车品牌发展状况

项目小结

任务检测

任务工单

项目六 汽车营销渠道策划

任务一 汽车分销渠道概述

- 一、汽车分销渠道的含义与特点
- 二、汽车分销渠道的作用
- 三、汽车产品中间商的类型和功能

任务二 汽车分销渠道模式

- 一、直接销售渠道与间接销售渠道
- 二、长销售渠道与短销售渠道
- 三、宽销售渠道与窄销售渠道
- 四、汽车分销渠道的发展

任务三 汽车分销渠道选择与策划

- 一、汽车分销渠道的选择
- 二、汽车分销渠道策划

项目小结

任务检测

任务工单

项目七 汽车价格策划

任务一 汽车价格目标策划

<<汽车营销策划>>

- 一、汽车定价目标策划的方式
- 二、汽车价格策划的内容
- 三、汽车价格策划方案的原则
- 四、汽车价格策划方案的方法

任务二 汽车价格方法策划

- 一、汽车价格策划的方法
- 二、汽车新产品定价策划方法
- 三、汽车心理定价策划方法

任务三 汽车价格调整策划

- 一、主动调价策划
- 二、被动调价策划

项目小结

任务检测

任务工单

项目八 汽车促销策划

任务一 汽车人员推销策划

- 一、汽车人员推销策划的内容
- 二、汽车人员推销策划的步骤与形式
- 三、汽车人员推销（汽车销售代表）策划的策略与技巧

任务二 汽车广告促销策划

- 一、汽车广告促销策划的内容与类型
- 二、汽车广告促销策划的流程、步骤与策略
- 三、汽车广告设计技巧策划

任务三 汽车营业推广策划

- 一、汽车营业推广策划的特点与作用
- 二、汽车营业推广策划的流程

任务四 汽车公共关系策划

- 一、汽车公共关系策划的含义
- 二、汽车公共关系策划的作用
- 三、汽车公共关系策划的方式与工作程序

项目小结

任务检测

任务工单

项目九 汽车企业形象策划

任务一 汽车企业形象策划程序

- 一、CIS的内涵与策划目的
- 二、汽车形象策划程序与原则

任务二 汽车企业形象策划方案

- 一、调查分析
- 二、策划方案

任务三 汽车企业形象策划设计

- 一、MI理念识别策划
- 二、BI行为识别策划
- 三、VI视觉识别策划

项目小结

任务检测

任务工单

<<汽车营销策划>>

附录

附录A 世界汽车广告语

附录B 世界汽车标志大全

附录C 部分车标简介

参考文献

<<汽车营销策划>>

编辑推荐

《汽车营销策划》可作为高等职业院校汽车类相关专业的教学用书，也可供从事汽车及汽车营销的相关人员阅读和相关单位职工培训参考使用。

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>