

<<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

图书基本信息

书名：<<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

13位ISBN编号：9787504734730

10位ISBN编号：750473473X

出版时间：2010-9

出版时间：中国物资

作者：郑鑫//吴泗宗

页数：193

字数：206000

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>

## <<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

### 内容概要

本书共七章，包括第一章 中国汽车营销渠道竞争力亟待提升、第二章 汽车营销渠道及竞争力的相关理论研究综述、第三章 国内外汽车营销渠道实践发展的历史及其变革、第四章 中国汽车营销渠道竞争力评价指标体系构建、第五章 中国汽车营销渠道竞争力静态集成评价模型构建与实证、第六章 中国汽车营销渠道竞争力动态评价模型构建与实证、第七章 提升中国汽车营销渠道竞争力的战略模型

## <<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

### 作者简介

郑鑫，1979年生，同济大学管理学博士，MBA硕士生导师。

曾主持和参与自然科学基金、上海市社科基金、上海市经委决策咨询项目、上汽教育基金等国家、省部级纵向项目5项，横向课题10余项，在国内外核心期刊发表论文30余篇。

EI核心检索论文6篇。

曾为上海大众、上海通用、北京现代

## <<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

### 书籍目录

第一章 中国汽车营销渠道竞争力亟待提升	第一节 中国汽车营销渠道竞争力现状与特点	第二节 中国汽车营销渠道竞争力相关概念界定	第三节 中国汽车营销渠道竞争力研究思路与创新点		
第二章 汽车营销渠道及竞争力的相关理论研究综述	第一节 营销渠道管理理论研究综述	第二节 营销渠道绩效主要评价方法	第三节 竞争力理论研究综述	第四节 系统经济及系统动力学理论	第五节 现有研究局限性及对本书的借鉴价值
第三章 国内外汽车营销渠道实践发展的历史及其变革	第一节 国外汽车营销渠道实践研究	第二节 国内汽车营销渠道实践研究			
第四章 中国汽车营销渠道竞争力评价指标体系构建	第一节 中国汽车营销渠道竞争力概念界定	第二节 汽车营销渠道竞争力的七大能力体系	第三节 中国汽车营销渠道竞争力评价指标体系		
第五章 中国汽车营销渠道竞争力静态集成评价模型构建与实证	第一节 竞争力AFDA静态集成评价模型的提出	第二节 中国汽车营销渠道竞争力AFDA静态集成评价模型构建	第三节 中国汽车营销渠道竞争力AFDA静态集成评价模型实证		
第六章 中国汽车营销渠道竞争力动态评价模型构建与实证	第一节 汽车营销渠道竞争力发展格局演变的系统动力学特征	第二节 中国汽车营销渠道竞争力动态评价模型构建	第三节 中国汽车营销渠道竞争力动态评价模型实证		
第七章 提升中国汽车营销渠道竞争力的战略模型	第一节 提升中国汽车营销渠道竞争力战略模型的提出	第二节 提升中国汽车营销渠道竞争力的“十四大强化”战略对策			
第八章 中国汽车营销渠道竞争力研究发展趋势	第一节 中国汽车营销渠道竞争力研究结论	第二节 本研究的理论价值和实践意义	第三节 中国汽车营销渠道竞争力研究发展方向		
参考文献	附录A 调研问卷	附录B 数据包络法分析图表	附录C 仿真分析图表	后记	

<<打造纵横汽车营销渠道的王牌>>

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>