

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787563512607

10位ISBN编号：7563512608

出版时间：2006-6

出版时间：北京邮电大学出版社

作者：吴文彩 编

页数：292

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>>

### 内容概要

汽车营销是近年来建立起来的一门重要学科，其营销理论和方法以惊人的速度向纵深发展。

本书共11章，在结合当前我国汽车市场现状的基础上，重点介绍营销学在汽车发展过程中的运用，并结合社会实际生活案例进行分析。

其内容有：汽车市场营销概述、汽车营销战略、汽车营销策划、汽车营销环境分析、汽车分销渠道策略、汽车市场促销策略等4s策略，二手车贸易及汽车金融信贷。

本书既考虑了汽车营销的理论系统性，又注重了其重点内容。

本教材深入浅出，实践性强，适用于专科、本科教学使用，也可作为汽车营销、管理人员自学的参考培训教材。

## &lt;&lt;汽车营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 汽车市场营销概述 1.1 汽车市场与营销 1.2 汽车市场营销核心概念 1.3 汽车市场营销观念的演变 1.4 国内汽车市场分析 思考题第2章 汽车营销战略 2.1 汽车营销战略的内涵和特征 2.2 汽车市场战略 2.3 汽车市场策略 思考题第3章 汽车营销策划 3.1 营销策划概述 3.2 汽车营销策划流程与内容 3.3 小结 思考题第4章 汽车营销环境分析 4.1 市场环境与汽车营销 4.2 汽车市场营销的微观环境 4.3 汽车市场营销的宏观环境 思考题第5章 汽车市场细分 5.1 汽车市场营销信息 5.2 汽车市场营销调研与预测 5.3 汽车市场预测 5.4 汽车市场细分、市场定位和目标市场选择 思考题第6章 汽车用户购买行为分析 6.1 汽车市场消费需求分析 6.2 汽车消费者购买行为过程 6.3 汽车组织市场 思考题第7章 汽车产品策略 7.1 汽车产品概述 7.2 汽车产品组合策略 7.3 汽车产品的生命周期与策略 7.4 汽车产品品牌策略 7.5 汽车新产品的开发策略 思考题第8章 汽车产品定价策略 8.1 汽车产品定价概述与影响汽车定价的因素 8.2 汽车定价的目标与基本方法 8.3 汽车定价的基本策略 思考题第9章 汽车分销渠道策略 9.1 汽车分销渠道类型 9.2 汽车分销渠道选择 9.3 汽车产品实体分销与分销渠道管理 思考题第10章 汽车市场促销策略 10.1 汽车促销概念 10.2 人员推销 10.3 广告宣传 10.4 营业推广 10.5 公共关系 10.6 汽车电子商务与网络营销 思考题第11章 二手车市场贸易及汽车金融信贷 11.1 二手车市场概述 11.2 二手车市场贸易和评估 11.3 汽车市场金融与信贷 思考题

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>