

<<汽车营销基础与实务>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销基础与实务>>

13位ISBN编号：9787564014087

10位ISBN编号：7564014083

出版时间：2008-7

出版时间：北京理工大学出版社

页数：285

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>

<<汽车营销基础与实务>>

前言

我国加入WTO后，随着国内市场与国际市场的全面接轨，我国的汽车市场已由卖方市场转变为买方市场。

在汽车工业不断壮大和汽车市场不断扩张的过程中，我国的汽车生产、销售企业逐渐认识到了汽车、工程机械及其配件市场营销的重要性，汽车企业已开始真正重视和研究本企业的市场营销课题。本教材在编写过程中，认真总结了多年的教学经验，注意吸收先进的教育理念和方法，在内容上注重汽车后市场对人才的知识能力的要求，力求与相应的职业资格标准衔接。

<<汽车营销基础与实务>>

内容概要

《汽车营销基础与实务》根据教育部颁布的《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》以及交通行业职业技能规范和技术工人标准编写而成。

《汽车营销基础与实务》包括：汽车营销学导论、汽车市场营销分析、汽车产品策略、汽车产品定价策略、汽车分销策略、汽车产品促销策略、汽车服务策略、汽车营销实务、汽车营销策划实务、国际汽车市场营销以及汽车商务计算机实训教程等内容。

《汽车营销基础与实务》可供高等院校汽车类相关专业教学使用，也可供相关行业从业人员参考。

<<汽车营销基础与实务>>

书籍目录

第一章 汽车营销学导论第一节 汽车工业在国民经济中的地位第二节 汽车市场营销概述第三节 汽车市场营销学的产生和发展第四节 汽车市场营销观念第二章 汽车市场营销分析第一节 汽车市场营销环境及其特征第二节 微观的环境第三节 宏观的环境第四节 竞争者分析第五节 购买者行为分析第三章 汽车产品策略第一节 产品与产品组合第二节 形式产品策略第三节 产品生命周期理论与营销策略第四节 汽车新产品开发策略第四章 汽车产品定价策略第一节 影响汽车产品定价的主要因素第二节 汽车产品的基本定价方法第三节 汽车产品的价格策略第四节 汽车产品的定价程序第五章 汽车分销策略第一节 分销渠道的一般理论第二节 汽车产品的分销渠道第三节 汽车销售的物流管理第六章 汽车产品促销策略第一节 促销策略概述第二节 人员推销第三节 广告第四节 营业推广第五节 公共关系第七章 汽车服务策略第一节 服务与服务营销第二节 汽车的售后服务第八章 汽车营销实务第一节 汽车市场营销调研第二节 汽车销售程序第三节 客户选择与商务谈判第四节 经济合同的订立与履行第五节 机动车辆保险第九章 汽车营销策划实务第一节 汽车营销策划概述第二节 汽车市场调查策划第三节 汽车促销策划第四节 汽车营销公关策划第五节 汽车营销网络策划第六节 汽车营销策划书的编写第十章 国际汽车市场营销概述第一节 国际汽车工业的发展第二节 国际汽车市场的特点第三节 国际汽车市场营销的理论与实践附录 汽车商务计算机实训教程参考文献

章节摘录

- (1) 静态调查这包括竞争车型的造型、外形尺寸、室内尺寸、室内装饰、行李厢容量、居住性能和车辆装备, 发动机、变速器、制动器、转向机等主要总成的构造以及各系统的构造。
- (2) 动态调查包括竞争车型的动力和经济性能、操纵稳定性、制动性能、乘坐舒适性能、噪声水平、视野、操作方便性、安全装置、法规满足程度、空调暖气性能、发动机性能、传动系匹配、维修保养的方便性等。
- (3) 使用条件包括气候情况、路面状况、弯道及坡度、经常乘车的人数; 操作使用方面包括对离合器的使用、脚制动的使用、刮水器的使用、下坡行驶的操作及红灯停车时的操作; 维护保养方面包括多长时间洗一次车, 是否按使用说明书进行保养和维护等。
- (4) 质量包括汽车出厂的质量水平; 耐久性方面包括多少里程出现杂声和异常振动、多少里程出现车体变形和零件损坏、车辆的使用寿命是多少、能否再生利用、质量保证期为多少等。

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>