

<<汽车营销艺术通论>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销艺术通论>>

13位ISBN编号：9787810459839

10位ISBN编号：781045983X

出版时间：2003-1

出版时间：北京理工大学出版社

作者：陈友新

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>

<<汽车营销艺术通论>>

内容概要

《汽车营销艺术通论》是我国乃至世界上，第一本从社会学特别是市场学的角度研究汽车的理论著作。该专著所提供的思想，不但对指导汽车厂家的产品设计和市场营销等，有重要的指导意义；而且对改变我国汽车院校的教育思想，也有重要的参考价值。该书在写作，是在出版《产品结构艺术》、《产品定价艺术》和《产品销售艺术》三本专著的基础上进行的。继往开来、扬长避短，显然可以获得更多的经验。该书不但保持了观念新颖、结构严谨、文笔清新、资料丰富的特点，而且增添了心理分析的特色。虽然是学术著作，却又具有很高的可读性。可以作为汽车经营者的工作指南，也可以作为汽车研究者的参考资料。对于广大汽车爱好者来说，还可以作为了解汽车的渠道，驰骋汽车世界、纵横车坛古今，带来开卷有益的结果。

<<汽车营销艺术通论>>

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>