

<<汽车营销原理与实务>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销原理与实务>>

13位ISBN编号：9787111217626

10位ISBN编号：7111217624

出版时间：2007-8

出版时间：机械工业

作者：叶志斌

页数：251

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>

<<汽车营销原理与实务>>

内容概要

本书内容主要包括：汽车市场与汽车营销观念，汽车营销环境分析，汽车市场调查与市场需求预测，汽车市场细分、目标市场选择和市场定位，汽车用户购买行为分析，汽车营销管理，汽车产品策略，汽车价格策略，汽车分销策略，汽车促销策略，汽车服务营销，汽车销售技术，汽车营销相关实务，汽车营销法律法规和附录。

本书可供高等职业院校汽车运用技术、汽车技术服务与营销、汽车营销等汽车运用类专业教学使用，也可作为相关行业岗位培训或自学用书，或者可供汽车营销人员学习参考。

<<汽车营销原理与实务>>

书籍目录

前言第1章 汽车市场与汽车营销观念 1.1 汽车市场与汽车市场营销 1.2 汽车营销观念 1.3 我国汽车市场概述 1.4 国际汽车市场的特点与发展趋势 1.5 本课程的学习对象和学习方法 案例分析 “奔驰”营销的成功之道第2章 汽车营销环境分析 2.1 汽车营销环境 2.2 汽车营销环境分析 案例分析 “丰田”的营销战略第3章 汽车市场调查与市场需求预测 3.1 汽车市场调查的内容 3.2 汽车市场调查的步骤 3.3 汽车市场调查的方法 3.4 市场调查的抽样技术 3.5 汽车市场调查问卷设计方法 3.6 汽车市场预测第4章 汽车市场细分、目标市场选择和市场定位 4.1 汽车市场细分 4.2 目标市场营销 4.3 市场定位第5章 汽车用户购买行为分析 5.1 汽车用户购买行为概述 5.2 汽车消费用户购买行为分析 5.3 汽车产业用户购买行为分析第6章 汽车营销管理 6.1 汽车营销战略 6.2 汽车营销组织 6.3 汽车营销计划 6.4 汽车营销控制 案例分析 “一汽”集团战略规划第7章 汽车产品策略 7.1 汽车产品概述 7.2 汽车产品的组合策略 7.3 汽车产品生命周期及其策略 7.4 汽车新产品的开发策略 7.5 汽车产品的品牌管理 7.6 汽车产品的商标策略 案例分析 猎豹汽车品牌策划第8章 汽车定价策略 8.1 汽车产品定价的概念和意义 8.2 影响汽车产品价格的主要因素 8.3 汽车产品的定价方法和定价程序 8.4 汽车产品的定价策略 案例分析 雅马哈摩托车的定价策略第9章 汽车分销策略 9.1 汽车分销概述 9.2 汽车分销渠道的设计、组织与组建方式 9.3 汽车销售渠道的管理 9.4 国际汽车销售渠道的演变 案例分析 良好的销售渠道带来了宝马汽车营销的成功第10章 汽车促销策略第11章 汽车销售技术第12章 汽车营销相关实务第13章 汽车营销法律法规附录参考文献

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>