第一图书网, tushu007.com

<<现代汽车推介>>

图书基本信息

书名：<<现代汽车推介>>

13位ISBN编号：9787114051920

10位ISBN编号：7114051921

出版时间：2004-9

出版时间：人民交通出版社

作者：唐诗升 编

页数：172

字数：275000

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

内容概要

本书从汽车营销人员的职业要求出发，对汽车推介这个重要销售环节的应知、应会知识作了一定的介绍，以使人们了解汽车发展史、世界著名的汽车厂商和我国主要的汽车厂商、汽车的识别代号、主要经济技术数据和常用的图文符号、汽车品牌和商标的相关知识。
本书侧重介绍各类汽车的典型车型，对汽车用户进行分析，对购车过程的要领进行阐述，以使人们能进行最佳的“人车匹配”。
本书为全国交通技工学校“汽车商务专业”的专业教材之一，也可供人们了解和选购汽车参考。

<<现代汽车推介>>

书籍目录

第一章　汽车推介概述　第一节　汽车推介的定义　第二节　汽车推介的原则　　一、汽车营销人员应具备的素质　　二、汽车推介的原则　第三节　汽车推介的五个阶段第二章　购车消费分析　第一节　购车阶层分析　　一、普通家庭选用车型　　二、个体工商业者、自由职业者选用车型　　三、私企老板选用车型　　四、高薪职员选用车型　第二节　购车动机与购车行为分析　　一、个性与车型　　二、性别与车型　　三、用途与车型第三章　购车前的准备　第一节　购车者应了解的知识　　一、汽车构造、技术数据及配置　　二、养车基本费用　第二节　购车者应掌握的几个原则　　一、经济适用、量力而行的原则　　二、以买合资国产车为主的原则　　三、女性购车以自身条件为主的原则　　四、酌情确定付款方式的原则　　五、买车不要赶时髦的原则　第三节　购车环节　　一、挑选新车　　二、路试　　三、新车验收　　四、阅读说明书　　五、办理车辆保险　　六、缴纳税费、办理相关证件　　七、办理牌照第四章　汽车发展史　第一节　汽车的由来　　一、蒸汽机的发明　　二、蒸汽汽车的出现　　三、内燃机汽车的问世　第二节　汽车工业发展概况　　一、汽车发明和开发试验时期　　二、汽车史上的三次重大变革　　三、世界汽车工业的发展趋势　第三节　中国的汽车工业　　一、旧中国制造汽车梦　　二、新中国汽车工业的崛起第五章　汽车分类和识别　第一节　汽车分类　　一、按汽车术语分类　　二、按形式分类　　三、按照动力装置的类型分类　　四、按乘客座位数及汽车总质量分类　　五、按汽车的轴数及驱动形式分类　　六、一些俗称的汽车类型　第二节　汽车产品型号　　一、国家标准　　二、汽车产品型号说明　第三节　车辆识别代号　　一、车辆识别代号的起源与意义　　二、车辆识别代号的基本内容　　三、车辆识别代号的位置　　四、举例：一汽大众轿车的车辆识别代号第六章　汽车生产厂家　第一节　国际著名汽车厂家　　一、通用汽车公司（美国）　　二、福特汽车公司（美国）　　三、戴姆勒一克莱斯勒汽车公司（德国-美国）　　四、丰田汽车公司（日本）　　五、大众汽车公司（德国）　　六、雷诺一日产汽车公司（法国一日本）　　七、本田汽车公司（日本）　　八、宝马汽车公司（德国）　　九、PSA标致一雪铁龙汽车集团（法国）　　……第七章　汽车技术数据和装备第八章　汽车常用的图形与文字符号第九章　汽车造型结构、品牌和商标第十章　汽车评价第十一章　汽车装饰附页之一　课外阅读附页之二　国外主要汽车厂家商标附页之三　国内部分汽车商标和车标参考文献

编辑推荐

近年来我国轿车销售数量不断增加，而汽车商务人才却很奇缺，为满足汽车销售市场需要各校都已开设汽车商务专业。
为此，交通技工学校汽车专业教材编审委员会组织编写了适用汽车商务专业用的教材，《现代汽车推介》具有以下特点：　　1.知识面广：教材内容涉及汽车营销、售后服务等方面的知识.全面介绍和讲解了汽车的使用性能及各项指标，便于顾客依此选购汽车。
2.便于模块式教学：教材编写模式以能力培养为主，适于模块式和模拟教学方法，可以提高教学效果，学生毕业时即具备了汽车营销推介的能力。
3.教材编排以图代文，图文并茂，通俗易懂：教材插图数量增多，并采用了实物立体图和解体图.文字叙述流畅，便于学生自学掌握。

第一图书网, tushu007.com

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