

<<汽车营销师培训教程>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销师培训教程>>

13位ISBN编号：9787122011596

10位ISBN编号：7122011593

出版时间：2007-11

出版时间：化学工业出版社

作者：常树坤 编

页数：226

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>

<<汽车营销师培训教程>>

内容概要

本书是汽车营销师培训系列教材之一，以“必需、够用”为编写原则，系统地阐述了有关汽车市场营销的理论。

全书共14章，其内容包括：汽车营销概述、汽车企业的战略规划和营销管理、汽车市场营销环境、汽车用户购买行为分析、汽车市场调研与预测、目标市场营销与市场竞争、汽车产品策略、汽车定价策略、汽车分销策略、汽车促销策略、汽车服务策略、汽车营销实务、汽车营销公关等。

本书可作为参加cAc职业（岗位）认证的考生的学习教材，也可作为汽车营销、管理人员以及营销公关人员的自学及培训教材

<<汽车营销师培训教程>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 市场与市场营销 一、市场的含义 二、市场营销的涵义 三、汽车营销学研究的对象与方法 第二节 市场营销观念的演变 一、生产营销观念 二、推销观念 三、市场营销观念 四、社会营销观念 五、当代营销观念的创新 第三节 我国汽车市场的特点与发展趋势 一、我国市场的基本特点 二、WTO对我国汽车市场的影响 第四节 我国汽车市场的运行特征 一、我国轿车市场的运行特征 二、我国商用轿车市场的特征 思考练习题第二章 汽车企业的战略规划和营销管理 第一节 汽车企业的战略分析及战略选择 一、企业战略的概念与意义 二、汽车企业战略规划的确定 三、战略规划制定的原则与方法 第二节 汽车企业市场营销管理过程 一、市场营销管理过程 二、市场营销组合 三、市场需求管理 第三节 汽车企业市场营销计划 一、市场营销计划 二、市场营销的实施 三、市场营销的控制 思考练习题第三章 汽车市场营销环境 第一节 汽车市场营销环境概述 一、汽车市场营销环境的构成 二、分析市场营销环境的意义 三、汽车市场营销环境的特点 第二节 汽车市场营销的微观环境 一、供应商 二、营销中介单位 三、顾客 四、竞争者 第三节 汽车市场营销的宏观环境 一、人口环境 二、自然环境与汽车使用环境 三、科技环境 四、经济环境 五、政策与法律环境 六、社会文化环境 思考练习题第四章 汽车用户购买行为分析第五章 汽车市场调研与预测第六章 目标市场营销与市场竞争第七章 汽车产品策略第八章 汽车价格第九章 汽车分销策略第十章 汽车产品促销策略第十一章 汽车服务策略第十二章 汽车营销实务第十三章 汽车营销公关第十四章 国际汽车市场营销附录A 思考练习题参考答案附录B 模拟试卷一附录C 模拟试卷二附录D 模拟试卷一参考答案附录E 模拟试卷二参考答案参考文献

<<汽车营销师培训教程>>

编辑推荐

《汽车营销师培训教程》侧重于汽车营销的基本理论、基本概念和基本方法的阐述，结合实际案例做了精辟阐述，既有理论也有实践，既介绍了营销的前沿发展又注意结合国情。注重销售谋划、销售策略、销售环境和消费者心理的分析。编写上亦注重贴近实际、贴近读者，可称是汽车营销从业人员和汽车消费者的良师益友。

<<汽车营销师培训教程>>

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>