

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787562335733

10位ISBN编号：7562335737

出版时间：2012-1

出版时间：华南理工大学出版社

作者：田晟，杨卓 主编

页数：216

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>>

内容概要

本书把现代市场营销理论、方法、技巧和策略与迅速发展的中国汽车行业结合起来，根据汽车特点，阐述了汽车营销的基本理论、方法和策略。

本书共分为十一章，主要内容包括了汽车营销的基本概念和特点、营销理念、环境分析、顾客和竞争者分析、市场调研和预测、汽车市场细分和目标市场定位、汽车产品策略和价格策略、汽车分销策略和促销策略、汽车服务营销、汽车营销的发展和创新、国际汽车营销以及汽车营销战略规划。每章后面都有案例分析和思考题。

本书体系完整，理论充分联系实际，具有明显的汽车行业特色，可以作为高等学校汽车服务工程、车辆工程、交通运输等专业的本科学生教材，也可以作为汽车销售行业管理人员、销售人员学习、培训的参考用书。

<<汽车营销>>

书籍目录

- 第一章 汽车营销概论
 - 第一节 汽车与汽车市场
 - 第二节 市场营销与汽车营销概念
 - 第三节 汽车营销的战略规划与策划
- 第二章 汽车市场营销环境
 - 第一节 汽车市场营销环境概述
 - 第二节 汽车市场微观环境
 - 第三节 汽车市场宏观环境
- 第三章 汽车市场调研与预测
 - 第一节 汽车市场调研
 - 第二节 汽车消费行为分析
 - 第三节 汽车市场预测
- 第四章 汽车市场细分与目标市场定位
 - 第一节 汽车市场细分
 - 第二节 汽车目标市场策略
 - 第三节 汽车产品市场定位
- 第五章 汽车产品策略
 - 第一节 汽车产品及产品组合
 - 第二节 汽车产品的生命周期及其策略
 - 第三节 汽车品牌策略
 - 第四节 新汽车产品推广策略
- 第六章 汽车价格策略
 - 第一节 汽车产品的定价方法
 - 第二节 影响汽车产品定价的因素
 - 第三节 汽车定价策略
- 第七章 汽车分销策略
 - 第一节 汽车分销渠道概述
 - 第二节 汽车销售渠道的设计与管理
 - 第三节 汽车销售模式
 - 第四节 汽车特许经营与4S店服务
- 第八章 汽车促销策略
 - 第一节 汽车促销概述
 - 第二节 汽车人员推销
 - 第三节 汽车广告促销
 - 第四节 汽车销售促进
 - 第五节 汽车促销策划
- 第九章 汽车服务营销
 - 第一节 汽车服务营销概述
 - 第二节 顾客满意论
 - 第三节 汽车营销4Cs与4Rs策略
- 第十章 汽车营销的发展与创新
 - 第一节 汽车整合营销传播
 - 第二节 汽车定制式营销
 - 第三节 汽车关系营销
 - 第四节 汽车网络营销

<<汽车营销>>

第五节 汽车绿色营销

第十一章 国际汽车营销

第一节 国际汽车市场分析

第二节 国际汽车市场的营销环境

第三节 国际汽车市场进入方式

第四节 国际汽车市场的营销策略

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>