

<<汽车市场营销-第二版>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销-第二版>>

13位ISBN编号：9787040347715

10位ISBN编号：7040347717

出版时间：2012-4

出版时间：高等教育出版社

作者：陈永革 编

页数：256

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>

<<汽车市场营销-第二版>>

内容概要

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·汽车专业系列：汽车市场营销（第2版）》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版。

全书共10章，从汽车市场营销基本理论出发，主要讲述汽车市场营销原理、汽车市场营销分析、汽车市场营销战略、汽车市场营销策略和汽车市场营销策划等五部分内容。

汽车市场营销原理：重点是使学生确立现代市场营销观念。

汽车市场营销分析：重点学习环境分析、市场分析和消费者购买行为分析，使学生掌握分析的内容和方法。

汽车市场营销战略：在学习汽车服务战略、顾客满意战略和市场竞争战略等三种不同类型战略的基础上，使学生掌握汽车市场营销的战略思想。

汽车市场营销策略：重点学习汽车产品策略、定价策略、销售渠道策略和促销策略，使学生比较系统地掌握麦肯锡“4P”理论。

汽车市场营销策划：在学习汽车市场营销策略的基础上，使学生了解作为汽车营销人员应具备营销策划的基本能力，应掌握汽车市场营销策划方案的制订、管理和控制。

通过这五部分内容的学习，可以使学生比较系统而完整地掌握汽车市场营销学的基本原理、主要内容和策划方法。

《普通高等教育“十一五”国家级规划教材修订版·汽车专业系列：汽车市场营销（第2版）》可作为应用型本科及高职高专汽车类专业的教材，亦可供相关专业及从事汽车营销人员参考。

书籍目录

第1章 概论 1.1 汽车市场 1.2 汽车市场营销 1.3 汽车市场营销观念 1.4 我国汽车后市场发展概况 本章小结 思考题

第2章 汽车市场营销环境分析 2.1 汽车市场营销环境概述 2.2 汽车市场营销宏观环境分析 2.3 汽车市场营销微观环境分析 2.4 汽车市场营销环境分析及应对策略 本章小结 思考题

第3章 汽车市场分析 3.1 汽车市场分析概述 3.2 汽车市场调研 3.3 汽车市场营销预测 3.4 汽车市场细分与目标市场选择 本章小结 思考题

第4章 汽车消费者购买行为分析 4.1 汽车消费者购买行为概述 4.2 影响汽车消费者购买行为的因素 4.3 汽车消费者购买行为分析 4.4 汽车业务市场购买行为分析 本章小结 思考题

第5章 汽车市场营销战略 5.1 汽车市场营销战略概述 5.2 汽车服务战略 5.3 顾客满意战略 5.4 汽车市场竞争战略 本章小结 思考题

第6章 汽车产品策略 6.1 汽车产品概述 6.2 汽车产品组合 6.3 汽车产品生命周期及其策略 6.4 汽车产品品牌与商标策略 本章小结 思考题

第7章 汽车定价策略 7.1 汽车定价概述 7.2 影响汽车价格的因素 7.3 汽车定价目标 7.4 汽车定价方法 7.5 汽车定价策略 本章小结 思考题

第8章 汽车销售渠道策略 8.1 汽车销售渠道概述 8.2 汽车销售渠道中的中间商 8.3 汽车销售渠道的管理 8.4 汽车销售渠道发展策略 8.5 汽车电子网络销售渠道 本章小结 思考题

第9章 汽车促销策略 9.1 汽车促销概述 9.2 汽车人员促销策略 9.3 汽车广告策略 9.4 汽车销售促进策略 9.5 汽车公共关系策略 本章小结 思考题

第10章 汽车市场营销策划 10.1 汽车市场营销策划概述 10.2 汽车营销策划的内容 10.3 汽车营销策划方案的制订与实施 10.4 汽车营销策划方案的控制 10.5 汽车促销的营销策划 本章小结 思考题 参考文献

<<汽车市场营销-第二版>>

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>