

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787111139867

10位ISBN编号：7111139860

出版时间：2004-3-1

出版时间：机械工业出版社

作者：孙凤英

页数：137

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

本书系统地介绍了汽车市场、汽车市场营销和汽车营销业务的基础理论和基本技能。

全书共分6章，内容包括绪论、汽车市场、市场营销学基础、汽车市场营销、汽车营销业务、汽车营销业的现状和发展。

本书以营销观念的变迁为线索，分析了汽车市场营销的基本理论及方法，并较深入地探讨了现代汽车市场营销策略。

本书可用作汽车贸易专业高职教育通用教材，也可供相关人员学习和参考。

<<汽车营销>>

书籍目录

前言第一章 绪论 第一节 汽车工业在国民经济中的地位 第二节 经营与销售 第三节 汽车营销及管理
人员的基本要求第二章 汽车市场 第一节 市场概述 第二节 我国汽车市场的发展历程 第三节 我
国汽车市场的特点及影响因素 第四节 案例分析第三章 市场营销学基础 第一节 市场营销观念
第二节 市场经营 第三节 商品销售 第四节 营销策略 第五节 消费者购买行为研究 第六节 案例分
析第四章 汽车市场营销 第一节 汽车产品市场营销特征 第二节 汽车市场营销的内容、目标及战略
决策 第三节 汽车产品市场营销组合 第四节 汽车销售企业的营销管理 第五节 汽车营销的财务管
理 第六节 企业文化和企业精神 第七节 案例分析第五章 汽车营销业务 第一节 市场营销研究 第
二节 汽车销售程序 第三节 客户选择与商务谈判 第四节 经济合同的订立和履行 第五节 组织和参
加各种订货会、展销会 第六节 汽车的选购 第七节 案例分析第六章 汽车营销业的现状和发展 第
一节 汽车发展史 第二节 汽车营销业的形成及销售与服务 第三节 汽车销售市场的发展趋势 第四
节 案例分析参考文献

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>