

<<汽车营销案例教程>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销案例教程>>

13位ISBN编号：9787114050732

10位ISBN编号：7114050739

出版时间：2004-6-1

出版时间：人民交通出版社

作者：叶志斌,陈文华

页数：165

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>

<<汽车营销案例教程>>

内容概要

本书共分十三章，每章包括若干篇案例介绍与分析 and 知识与技能两部分内容，全书共收集整理改编案例达32篇。

全书运用案例教学的编写形式，重点阐述了汽车营销理论、汽车营销市场调查、汽车市场细分与目标市场营销策略、汽车品牌策略、汽车定价策略、汽车分销策略、汽车营销促销策略、汽车营销公关策略、汽车商务谈判、汽车营销广告策略、汽车营销竞争策略、汽车服务营销策略、国际汽车营销实务等内容。

本书在形式和内容上非常重视学生分析实际问题能力的培养，具有实用性、启发性和欣赏性。

本书是交通高职院校汽车技术服务与营销专业的通用教材，亦可作为汽车运用技术、汽车检测与维修等专业、其他专业技术院校同类专业和有关从事汽车营销专业人员的参考用书。

<<汽车营销案例教程>>

书籍目录

绪论第一章 汽车营销理论 1.1 案例部分 案例一 老福特的悲哀 案例二 别退我的汽车
 案例三 “奔驰”营销的成功之道 案例四 丰田成长的故事 1.2 知识与技能：市场营销观念
 及其发展第二章 汽车营销调查与预测 2.1 案例部分 案例一 上海别克轿车国内市场调查与分
 析 案例二 “埃德赛尔”的悲哀 2.2 知识与技能：汽车制造商如何操作市场调查第三章 汽车
 市场细分、目标市场选择与定位 3.1 案例部分 案例一 本田摩托车进入美国市场的过程 案
 例二 “野马”驰骋市场 案例三 汽车“定制式”营销模式 3.2 知识与技能：STP营销策略第
 四章 汽车品牌营销战略 4.1 案例部分 案例一 猎豹汽车品牌策划 案例二 宝马的“品牌
 全球化—营销地方化”战略 4.2 知识与技能：制造汽车到制造品牌——世界汽车品牌营销百年评述
 第五章 汽车产品的定价策略 5.1 案例部分 案例一 雅马哈摩托的定价策略 案例二 上海
 大众“帕萨特”的定价策略 5.2 知识与技能：汽车产品定价策略第六章 汽车业的分销策略 6.1
 案例部分 案例一 “四位一体”汽车专卖店——广州本田汽车的销售模式 案例二 通用汽车
 公司电子商务的发展 6.2 知识与技能：汽车分销模式的选择第七章 汽车促销策略 7.1 案例部分
 案例一 零贷款利率——美国车市度过危机的促销利器 案例二 非常时期、非常促销——汽
 车“非典时期”的促销策略 案例三 奇瑞促销——为汽车“黑马”插上腾飞的翅膀 7.2 知识与
 技能：汽车促销策略的制定第八章 汽车公关活动 8.1 案例部分 案例一 丰田汽车的“霸道”
 危机公关 案例二 别克赛欧上市的公关策略 8.2 知识与技能：公共关系实务要点第九章 汽车
 商务谈判 9.1 案例部分 案例 中日汽车索赔谈判 9.2 知识与技能：国际商务谈判技巧第十章
 汽车营销广告策略 10.1 案例部分 案例一 广告策略的胜利——“解放”平头卡车上市广告
 策略 案例二 道不完的强国梦，述不尽的红旗情——新“红旗”轿车广告语的征集活动 案
 例三 “别针”好用更安全——“富豪”的广告创意 案例四 金龟汽车的《遗嘱篇》电视广告
 10.2 知识与技能：汽车广告的策划技术第十一章 汽车营销竞争策略 11.1 案例部分 案例一
 丰田开展营销战争 案例二 通用汽车的中国攻略 11.2 知识与技能：中国汽车营销竞争八大
 兵器—第十二章 汽车服务营销策略 12.1 案例部分 案例一 上海通用汽车实施CRM纪实
 案例二 奔驰汽车的客户服务模式 案例三 情感式服务 12.2 知识与技能：旧车残值将成为消
 费者买车新标准第十三章 国际汽车营销实务 13.1 案例部分 案例一 大众领跑中国车道
 案例二 北欧富豪的中国故事 13.2 知识与技能：进出口业务简介参考文献

<<汽车营销案例教程>>

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>