

<<汽车技术服务市场总论>>

图书基本信息

书名：<<汽车技术服务市场总论>>

13位ISBN编号：9787114068447

10位ISBN编号：7114068441

出版时间：2007-9

出版时间：人民交通出版社

作者：巴兴强，邓红星 著

页数：224

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>

<<汽车技术服务市场总论>>

内容概要

《普通高等教育规划教材：汽车技术服务市场总论》共分十二章，系统地介绍了汽车技术服务市场的基本知识和基本理论，重点阐述了汽车市场营销理念、汽车市场营销环境、汽车市场调研与预测、汽车营销组合策略、汽车电子商务以及汽车保险与理赔等内容。同时，吸纳了市场营销中的前沿理论，如关系营销、整合营销等。

《普通高等教育规划教材：汽车技术服务市场总论》选用贴近读者的案例，吸纳新颖的国际和国内的典型案例进行剖析，提供一定数量的背景知识，扩大读者的视野，特别注重案例融于理论中，体现教材中的实践环节。

《普通高等教育规划教材：汽车技术服务市场总论》可作为高等院校汽车服务工程、交通运输、市场营销等专业的学生教科书，也可作为汽车企业高层管理人员和营销业务人员培训与进修的参考资料。

<<汽车技术服务市场总论>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 汽车技术服务的内涵及意义第二节 汽车服务模式与现状分析第三节 我国汽车服务业的发展趋势第二章 汽车市场营销第一节 汽车市场与市场营销第二节 市场营销学的产生与发展第三节 汽车市场营销研究方法第四节 汽车营销观念演变与服务营销观念第三章 汽车市场发展历程第一节 汽车市场发展概况第二节 中国汽车市场发展前景第三节 我国汽车市场营销研究的必要性第四章 市场购买行为分析及顾客满意工程第一节 消费者行为模式第二节 消费者价值理论第三节 影响消费者购买行为的主要因素分析第四节 消费者购买行为的分析第五节 购买者决策过程第六节 顾客满意战略第五章 市场营销环境分析第一节 汽车市场营销环境概述第二节 汽车营销宏观环境分析第三节 微观市场营销环境分析第六章 汽车市场营销调查第一节 汽车市场营销信息系统第二节 汽车市场营销调查第三节 汽车市场调查方法与技术第七章 汽车市场需求预测第一节 市场需求预测的作用和原则第二节 市场需求预测的类型第三节 市场需求预测的步骤第四节 影响市场需求预测的因素第五节 汽车市场需求预测方法第八章 汽车市场营销组合第一节 汽车产品策略第二节 汽车价格策略第三节 汽车营销销售渠道策略第四节 促销策略第九章 汽车配件营销第一节 汽车配件产品策略第二节 汽车配件销售渠道第三节 汽车配件促销策略第十章 汽车国际营销第一节 国际汽车工业发展概况第二节 国际汽车市场的特点第三节 国际市场营销环境概述第四节 国际战略联盟概述第五节 国际战略联盟的形式第六节 国际战略联盟的管理第十一章 汽车保险与理赔第一节 保险的概念与分类第二节 汽车保险概述第三节 汽车保险合同第四节 汽车保险承保实务第五节 汽车保险理赔实务第十二章 汽车电子商务与网络营销第一节 电子商务第二节 汽车电子商务概述第三节 汽车电子商务的实施第四节 汽车业电子商务的发展前景参考文献

<<汽车技术服务市场总论>>

编辑推荐

《汽车技术服务市场总论》共分十二章，系统地介绍了汽车技术服务市场的基本知识和基本理论，重点阐述了汽车市场营销理念、汽车市场营销环境、汽车市场调研与预测、汽车营销组合策略、汽车电子商务以及汽车保险与理赔等内容。

同时，吸纳了市场营销中的前沿理论，如关系营销、整合营销等。

《汽车技术服务市场总论》选用贴近读者的案例，吸纳新颖的国际和国内的典型案例进行剖析，提供一定数量的背景知识，扩大读者的视野，特别注重案例融于理论中，体现教材中的实践环节。

《汽车技术服务市场总论》可作为高等院校汽车服务工程、交通运输、市场营销等专业的学生教科书，也可作为汽车企业高层管理人员和营销业务人员培训与进修的参考资料。

<<汽车技术服务市场总论>>

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>