

<<汽车市场营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销>>

13位ISBN编号：9787122076908

10位ISBN编号：7122076903

出版时间：2010-3

出版时间：化学工业出版社

作者：张彤 编

页数：192

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>>

内容概要

本教材依据目前高职高专教学改革的精神而编写，以能力培养为主线，设计了7个学习情境。具体内容包括汽车市场营销的相关知识、汽车市场营销环境分析、汽车消费者购买行为分析、汽车市场调查实务、汽车市场营销策划实务、汽车销售流程分析、汽车销售技能训练和二手车交易实务。通过理论学习和技能训练，达到了学以致用、强化技能培养的目的。

本书可作为汽车专业高职高专学生教材，也可供汽车及相关行业管理人员、营销人员阅读使用。

<<汽车市场营销>>

书籍目录

知识导入	汽车市场营销	学习目标	【导学】	【导入案例】	【相关知识】	【实训项目】
【知识拓展】	【学习总结】	【思考与练习】	学习情境1	汽车市场营销环境分析		
学习目标	【导学】	【相关知识】	任务1.1	汽车市场营销宏观环境的分析	【任务导入】	
【任务分析】	【知识准备】		1?人口环境对汽车企业的市场营销活动的影响			
2?自然环境对汽车企业营销活动的影响			3?科技环境对汽车企业市场营销活动的影响			4?
经济环境对汽车企业市场营销活动的影响			5?政治法律环境对汽车企业市场营销活动的影响			
6?社会文化环境对汽车企业营销活动的影响	【任务实施】	【实训项目】	北京市汽车市场营销宏观环境调查	任务1.2	汽车市场微观环境的分析	【任务导入】
【知识准备】	1?企业的内部环境	2?生产供应商	3?营销中介	4?顾客	5?竞争者	6?公众
【任务实施】	【实训项目】	汽车企业竞争者分析	【知识拓展】	【学习总结】	【思考与练习】	学习情境2
汽车消费者购买行为分析	学习目标	【导学】	任务2.1	汽车消费者购买需求的分析	【任务导入】	【任务分析】
【知识准备】	1?		消费者需要理论	2?我国汽车消费者市场的主要特点	3?我国私人汽车消费者的需求特点	
【任务实施】	【实训项目】	北京市汽车消费市场的需求调查	任务2.2	汽车消费者购买动机的分析	【任务导入】	【任务分析】
【知识准备】	1?购买动机的概念	2?购买动机的作用	3?汽车消费者购买动机的基本类型	4?不同汽车消费者购买动机的差异性		
【任务实施】	【实训项目】	汽车消费者购买动机现场观察	任务2.3	汽车消费者购买行为的分析	【任务导入】	【任务分析】
【知识准备】	1?汽车消费者购买行为的概念	2?汽车消费者购买行为模式	3?汽车消费者的购买行为类型	4?汽车消费者购车考虑的因素	5?汽车消费者购买行为的一般过程	【任务实施】
【实训项目】	汽车消费者购买行为、购买过程模拟	【知识拓展】	【学习总结】	【思考与练习】	学习情境3	汽车市场调查实务
学习情境4	汽车市场营销策划实务	学习情境5	汽车销售流程分析	学习情境6	汽车销售技能训练	学习情境7
二手车交易实务						

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>