

<<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。

## &lt;&lt;汽车市场营销&gt;&gt;

## 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>