

<<汽车营销>>

图书基本信息

书名：<<汽车营销>>

13位ISBN编号：9787300143415

10位ISBN编号：7300143415

出版时间：2011-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：刘雅杰 编

页数：212

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

在国家宏观政策的支持下，中国的汽车工业和汽车贸易已经进入一个蓬勃发展的阶段，汽车的消费特性日趋明显，汽车正在成为消费热门商品并逐渐走进千家万户。

当前面临的全球性金融危机，使汽车生产企业和流通企业不仅面对着宏观形势变化带来的影响和竞争日益激烈的挑战，也面对着发展的机遇。

企业的竞争归根到底是人才的竞争，汽车企业能否拥有既懂汽车技术知识和技能，又懂市场营销和企业管理知识，同时又具有良好的综合素质的职业人才，是企业生存和发展的关键。

汽车整车与配件营销、汽车运用与维修。

修、汽车制造与检修等专业是国家教育部门批准设立的中等职业教育专业，以培养技能型人才为目标，符合社会和汽车企业对人才的需求。

《汽车营销》是上述中等职业教育汽车类专业的一门专业基础课程，对学生掌握汽车营销的理论、方法和业务能力，和在汽车企业胜任相应岗位的业务工作和职业发展都具有重要作用。

本教材的编者结合中等职业教育改革的实际，通过到汽车企业进行实践和广泛的调研，根据汽车企业对汽车营销业务人员的岗位能力要求，按照任务式教学方法的要求进行了知识和技能的整合。

教材内容通俗易懂，教学中具有很强的操作性，不仅可以作为在校学生学习专业课程的教材，也可以作为汽车企业从业人员知识更新和业务培训的教材，还可以作为汽车营销师、汽车销售顾问等职业资格考核的培训教材。

<<汽车营销>>

书籍目录

- 模块一 汽车市场营销概述
 - 单元一 汽车市场的含义
 - 单元二 汽车市场营销
 - 单元三 服务营销
 - 单元四 绿色汽车营销
- 模块二 汽车市场营销方法
 - 单元一 汽车市场营销环境分析
 - 单元二 汽车购买动机分析
 - 单元三 汽车市场营销调研与预测
 - 单元四 网络营销
- 模块三 汽车市场营销策略
 - 单元一 目标市场营销策略
 - 单元二 产品策略
 - 单元三 价格策略
 - 单元四 分销渠道策略
 - 单元五 促销策略
- 模块四 汽车营销实务
 - 单元一 汽车营销方式
 - 单元二 家用汽车需求分析
 - 单元三 汽车销售促进
 - 单元四 汽车销售实务
 - 单元五 售后服务
 - 单元六 二手车置换业务
- 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>