

<<汽车市场营销与后市场服务>>

图书基本信息

书名：<<汽车市场营销与后市场服务>>

13位ISBN编号：9787562441670

10位ISBN编号：7562441677

出版时间：2007-8

出版时间：重庆大学

作者：降连葆

页数：379

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>

<<汽车市场营销与后市场服务>>

内容概要

《高职高专汽车运用与维修专业系列教材：汽车市场营销与后市场服务》从汽车行业的发展规律和满足专业人才培养的需求出发，系统阐述了汽车市场营销的基本理论、汽车后市场服务的实务，以及汽车后市场的拓展与开发的方法和技能。

全书共分14章，分别为：学习汽车市场营销的基础平台和方法——百年产业和百年理论的结合；汽车市场营销环境简析；汽车市场营销管理与战略规划；汽车市场与用户；汽车营销信息系统与市场研究基本方法；市场细分与目标市场；汽车产品及产品策略；汽车定价策略的运用；汽车分销渠道策略与分销体系建设；促销工具与汽车促销策略；整车·配件·二手车营销实务；汽车售后服务；汽车营销模式；国际汽车市场与全球营销等。

全书由相对独立又融为一体的两部分组成，突出理论与实务相结合，营销与服务相结合，系统连贯，实践性强。

《高职高专汽车运用与维修专业系列教材：汽车市场营销与后市场服务》可作为高职高专汽车类专业的教学用书，也可供汽车与配件营销、汽车后市场服务领域经营、管理人员作为培训教材和业务参考。

<<汽车市场营销与后市场服务>>

书籍目录

<<汽车市场营销与后市场服务>>

编辑推荐

《汽车市场营销与后市场服务》可作为高职高专汽车类专业的教学用书，也可供汽车与配件营销、汽车后市场服务领域经营、管理人员作为培训教材和业务参考。

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>