

<<汽车与配件营销教程>>

图书基本信息

书名：<<汽车与配件营销教程>>

13位ISBN编号：9787111354697

10位ISBN编号：7111354699

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：谭克诚 等主编

页数：206

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>

## <<汽车与配件营销教程>>

### 内容概要

《汽车与配件营销教程》较系统地介绍了高素质技能型汽车技术服务与营销、汽车贸易、汽车运用技术、汽车检测与维修人员所必需的汽车市场营销学的基本原理、主要内容和实践操作实务。主要内容有：概论、汽车市场营销环境分析、汽车市场营销调研与预测、汽车消费者购买行为分析、汽车市场营销战略与市场竞争、汽车服务策略、汽车产品策略、汽车定价策略、汽车销售渠道策略、汽车促销策略、汽车配件市场运行与管理等，同时引入汽车市场真实的案例，理论联系实际。

《汽车与配件营销教程》可作为高职高专汽车运用与维修专业、汽车技术服务与营销专业的教材，亦可供相关专业及从事汽车营销的人员参考。

# <<汽车与配件营销教程>>

## 书籍目录

前言

### 第一章 概论

第一节 市场与市场营销

第二节 现代汽车市场营销观念的确立

第三节 我国汽车市场的发展

### 第二章 汽车市场营销环境分析

第一节 汽车市场营销环境概述

第二节 汽车市场宏观环境分析

第三节 汽车市场微观环境分析

第四节 汽车企业适应营销环境变化的策略

第五节 一汽大众奥迪q7营销环境案例分析

### 第三章 汽车市场营销调研与预测

第一节 汽车市场分析

第二节 汽车市场营销调研

第三节 汽车市场营销预测

第四节 汽车市场营销信息系统

第五节 一汽大众奥迪q7市场营销调研策略案例分析

### 第四章 汽车消费者购买行为分析

第一节 汽车消费者购买行为概述

第二节 汽车的使用特点及用户类型

第三节 私人消费汽车市场及购买行为

第四节 一汽大众奥迪q7消费者购买行为案例分析

### 第五章 汽车市场营销战略与市场竞争

第一节 汽车市场营销战略概述

第二节 汽车市场细分化

第三节 汽车企业目标市场选择

第四节 汽车企业市场定位

第五节 汽车企业营销竞争的战略与策略

第六节 一汽大众奥迪q7营销战略案例分析

### 第六章 汽车服务策略

第一节 汽车服务策略概述

第二节 服务品牌的含义与分类

第三节 汽车服务的特征与质量管理

第四节 汽车售后服务

第五节 汽车标准销售流程

第六节 东风风行汽车售后服务和服务品牌体系现状案例分析

### 第七章 汽车产品策略

第一节 汽车产品概述

第二节 汽车产品组合

第三节 汽车产品品牌与商标策略

第四节 汽车产品生命周期及其策略

第五节 一汽大众奥迪q7产品策略案例分析

### 第八章 汽车定价策略

第一节 汽车定价概述

第二节 影响汽车价格的因素

## <<汽车与配件营销教程>>

- 第三节 汽车定价目标
- 第四节 汽车产品基本定价方法
- 第五节 汽车产品的价格策略
- 第六节 一汽大众奥迪q7价格策略案例分析
- 第九章 汽车销售渠道策略
  - 第一节 汽车销售渠道概述
  - 第二节 汽车销售渠道中的中间商
  - 第三节 汽车销售渠道管理
  - 第四节 汽车产品的销售渠道
  - 第五节 一汽大众奥迪q7销售渠道策略案例分析
- 第十章 汽车促销策略
  - 第一节 汽车促销概述
  - 第二节 汽车促销的方式与组合决策
  - 第三节 汽车人员促销策略
  - 第四节 汽车广告策略
  - 第五节 汽车销售促进策略
  - 第六节 汽车公共关系策略
  - 第七节 一汽大众奥迪q7促销策略案例分析
- 第十一章 汽车配件市场运行与管理
  - 第一节 汽车零部件市场运行特征
  - 第二节 汽车配件购进的意义和原则
  - 第三节 汽车配件进货渠道与货源鉴别
  - 第四节 汽车配件仓储与管理
  - 第五节 汽车配件订购
- 参考文献

<<汽车与配件营销教程>>

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>