

<<汽车服务工程>>

图书基本信息

书名：<<汽车服务工程>>

13位ISBN编号：9787562446897

10位ISBN编号：756244689X

出版时间：2009-3

出版时间：重庆大学出版社

作者：刘远华 编

页数：254

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>

前言

“汽车服务工程”是一个新的概念，它融合了汽车销售、汽车运用、汽车金融、汽车贸易、汽车保险与理赔、交通控制等学科所涉及的广泛的交叉和边缘知识；它从服务工程的角度出发，对专业的范畴作出科学的划分和评价，并具有知识覆盖面广、应用性强的特点。

本书的内容包括汽车营销、二手车评估、汽车消费服务、汽车金融、汽车报关、汽车保险与理赔、汽车美容与装饰、交通控制、汽车展览和汽车俱乐部等，操作性和实用性很强。

目的在于介绍汽车服务市场所覆盖的各个领域，使学生掌握其内涵、特点和相关知识。

这样可以拓宽学生的知识面，提高学生的综合素质和实际操作技能，增强学生的就业能力，并在汽车行业有较大的发展。

本书可作为高职高专院校汽车各专业各类教学教材，也可作为从事汽车行业各类（汽车管理、汽车销售、汽车维修、汽车运用、汽车保险与理赔、汽车贸易等）人员的自学用书或参考用书。

本书在编写过程中参考了大量的教材和相关资料，在此谨致谢意。

限于编者水平有限、成书时间仓促，书中难免有不妥和疏漏之处，敬请批评、并提出宝贵意见。

<<汽车服务工程>>

内容概要

本书较系统地介绍了汽车服务工程各方面的知识，主要内容有汽车营销、二手车评估、汽车金融、汽车报关、汽车保险与理赔、汽车美容与装饰、交通控制等；特别详细地叙述了汽车保险与理赔、汽车美容与装饰的基本操作技能和汽车进出口报关工作基本流程，有很大的可操作性和实用性。最适合作为高职高专院校汽车各专业各类教学教材，也可作为从事汽车行业工作人员的自学用书或参考用书。

<<汽车服务工程>>

书籍目录

第1章 概论 1.1 服务与汽车服务 1.1.1 服务与汽车服务 1.1.2 汽车服务业 1.2 汽车服务工程
1.2.1 汽车服务工程的概念 1.2.2 汽车服务工程的主要内容 1.3 汽车服务礼仪 1.3.1 礼仪基础
1.3.2 工作习惯 1.3.3 语言交流、沟通技巧第2章 汽车营销 2.1 汽车市场营销概况 2.1.1 市场
营销的含义 2.1.2 汽车营销的发展 2.1.3 我国汽车营销现状 2.2 汽车营销市场与汽车营销方式
2.2.1 汽车营销环境 2.2.2 汽车营销方式 2.3 汽车市场调研与市场预测 2.3.1 汽车市场的调
研 2.3.2 汽车市场的预测 2.4 汽车营销市场策略 2.4.1 汽车产品策略 2.4.2 汽车价格策略
2.4.3 汽车分销策略 2.4.4 汽车促销策略第3章 二手车市场与二手车评估 3.1 二手车市场现状 3.2
二手车评估方式 3.2.1 在用汽车鉴定估价的概念 3.2.2 二手车鉴定估价的特点 3.2.3 二手车鉴
定估价的依据 3.2.4 二手车鉴定估价的工作原则 3.2.5 二手车鉴定估价的程序 3.3 二手车评估
的基本方法 3.3.1 现行市价法 3.3.2 收益现值法 3.3.3 清算价格法 3.3.4 重置成本法 3.4
二手车成新率的确定 3.4.1 二手车成新率的概念 3.4.2 确定二手车成新率的方法 3.4.3 车辆大
修对成新率的影响第4章 汽车报关 4.1 汽车报关基础 4.1.1 海关、关境、报关 4.1.2 报关程序
4.1.3 报关期限及滞报金 4.1.4 报关单位及报关注册登记 4.1.5 保税货物、保税仓库、保税区
4.1.6 汽车贸易的关税措施与非关税措施 4.2 进口汽车报关流程 4.2.1 进口汽车相关规定 4.2.2
进口汽车报关基本流程 4.3 出口汽车报关流程 4.3.1 出口汽车相关规定 4.3.2 出口汽车报关基
本流程第5章 汽车消费服务 5.1 汽车办证与纳税 5.1.1 汽车办证 5.1.2 汽车纳税 5.2 汽车驾驶
员第6章 汽车金融第7章 汽车保险与理赔第8章 汽车美容与装饰第9章 道路交通控制第10章 其他
汽车服务附录参考文献

章节摘录

第1章 概论 1.2 汽车服务工程 1.2.1 汽车服务工程的概念 汽车服务工程指汽车从新车出厂后进入流通、销售、购买、使用直至报废、回收各个环节所需要的各类服务工作组成的有机服务体系。

汽车服务工程主要涉及的是服务性工作，以服务汽车产品为特征，因此它属于第三产业的范畴。

1.2.2 汽车服务工程的主要内容 1) 整车与零部件研发服务 国际上汽车研发力量主要有两部分：一是跨国汽车巨头自己的产品研发机构，主要服务于企业内部，建立自己的技术领先优势；二是独立的专业汽车研发机构，向全球提供汽车研发服务。

如曾经专为中国市场设计过C88家庭轿车的德国保时捷公司，在提供整车开发服务的同时，也生产保时捷跑车；意大利ITAL公司，专业提供整车设计方案；美国MSX公司，对外承接整车设计工程及相关模具。

专业设计公司最大的优势在于设计经验丰富，并为客户严守技术秘密，因此，不乏技术实力雄厚的国际汽车巨头乐于邀请专业设计公司为其提供设计方案。

2) 汽车融资服务 汽车融资服务主要包括三方面：一是经销商库存融资业务；二是汽车租赁消费信贷；三是生产企业的生产经营性融资。

汽车融资服务不仅能为顾客提供便利的购车服务，同时也成为国际汽车巨头重要的利润来源，如通用和福特的汽车信贷公司，汽车金融服务带来的赢利约占这两家大集团全部利润的36%。

3) 汽车保险服务 汽车保险服务的经营主体包括保险公司和保险中介，主要依靠保险代理人 and 保险经纪人来完成，其中保险经纪人业务占80%。

汽车保险的销售方式除了代理人个人推销外，电话销售、网上销售已成为汽车保险销售的主流。

4) 汽车分销服务 汽车分销服务主要包括新车销售、二手车评估鉴定、汽车租赁和汽车零配件分销业务等。

(1) 新车销售。

国际上新车销售普遍采用品牌特许经营模式。

2001年10月，欧盟进行大规模的汽车销售改革计划，特许经营，打破汽车市场的行业垄断。

经销商可以在任何一个欧盟国家设立经销网点，并可以同时销售不同品牌的汽车，形成“汽车超市”经营，还允许汽车交易不必提供维修和售后服务，以便使独立的汽车维修商可以以竞争价格提供服务。

。

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>