

《汽车及配件营销》

图书基本信息

书名：《汽车及配件营销》

13位ISBN编号：9787114050299

10位ISBN编号：7114050291

出版时间：2004-5

出版社：人民交通出版社

作者：李莉,刘振楼

页数：225

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《汽车及配件营销》

内容概要

《汽车及配件营销》结合汽车、汽车配件及当今汽车新技术知识，系统阐述了汽车整车及配件营销的策略、艺术和具体方法。全书共十四章，主要内容包括：概述；汽车的分类与发展；轿车选购的知识与原则；当代汽车新型电子控制装置简介；汽车营销管理艺术；汽车市场营销环境；汽车市场特征及购买行为分析；汽车市场定位与市场竞争；汽车及其配件的价格管理与定价策略；汽车产品的分销；汽车产品的促销；对汽车及配件营销人员的要求；汽车产品的售后服务；WTO与中国汽车营销。

《汽车及配件营销》可作为高等学校汽车类有关专业的教学用书，还可供从事汽车、工程机械及其配件营销的技术人员阅读及相关单位的干部职工培训。

书籍目录

- 第一章 概述
- 第二章 汽车的分类与发展
- 第三章 轿车选购的知识与原则
- 第四章 当代汽车新型电子控制装置简介
- 第五章 汽车营销管理艺术
- 第六章 汽车市场营销环境
- 第七章 汽车市场特征及购买行为分析
- 第八章 汽车企业市场定位与市场竞争
- 第九章 汽车及其配件的价格管理与定价策略
- 第十章 汽车产品的分销
- 第十一章 汽车产品的促销
- 第十二章 对汽车及汽车配件营销人员的要求
- 第十三章 汽车产品的售后服务
- 第十四章 WTO与中国汽车营销
- 参考文献

《汽车及配件营销》

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:www.tushu111.com