

《现代汽车营销》

图书基本信息

书名：《现代汽车营销》

13位ISBN编号：9787121015762

10位ISBN编号：7121015765

出版时间：2005-8

出版社：电子工业出版社

作者：张国方

页数：299

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.tushu000.com

《现代汽车营销》

内容概要

本书主要内容有：汽车企业的战略规划和营销管理、汽车市场营销环境、汽车产品购买行为分析、汽车市场营销调研与市场预测、目标市场营销与市场竞争、汽车产品策略、汽车定价策略、汽车分销策略、汽车促销策略、汽车服务策略、汽车市场运行分析、国际汽车市场营销概述等。

本书可作为大中专院校汽车营销课程的教材，也可作为从事汽车营销及相关从业人员提高业务素质的培训教材。

《现代汽车营销》

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.tushu000.com