

《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：9787121011580

10位ISBN编号：7121011581

出版时间：2005-5

出版社：电子工业出版社

作者：曹红兵

页数：223

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

《汽车及配件营销》

内容概要

本书系统阐述了汽车及配件市场营销的基本知识和基本理论，全书共分12章，主要内容包括：我国汽车市场、汽车市场营销环境分析、汽车市场细分与目标市场选择、汽车用户购买行为分析、汽车市场营销调查与市场预测、汽车产品策略、汽车价格策略、汽车分销策略、汽车促销策略、汽车市场营销实务、汽车配件营销、汽车市场营销管理、汽车营销创新理论。为突出汽车营销实践技能的培养，扩展营销思维，开阔眼界，在每章内容后均有案例分析或相关内容文摘。

本书可作为高职高专院校汽车类专业的教学用书，也可作为汽车营销与售后服务行来的培训教材，还可供从事汽车营销与售后服务理论研究与实践的技术与管理人员阅读。

《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.tushu000.com