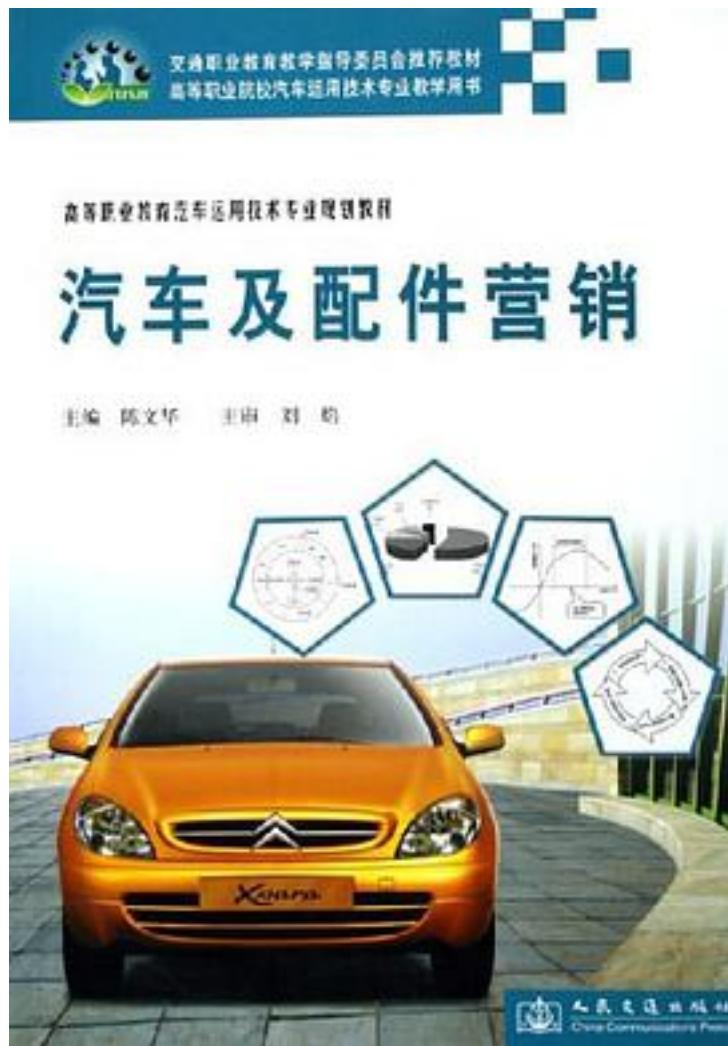


汽车及配件营销



[汽车及配件营销 下载链接1](#)

著者:李茂勇

出版者:山东科学技术出版社

出版时间:2008-7

装帧:

isbn:9787533145958

本教材在阐述现代市场营销理论的基础上，紧密联系中国汽车市场的现状，较系统地介绍了汽车企业的战略规划和营销管理、汽车市场营销环境分析、汽车市场营销调研与市场预测、汽车市场细分、目标市场的选择与市场定位、汽车用户购买行为分析、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、汽车营销实务、汽车营销创新体系、汽车配件营销等。书中每章前有学习目标和知识要点，每章后有小结和思考与练习题，每章中有一定的营销实例，以方便读者更简单地掌握《汽车及配件营销》的内容。《汽车及配件营销》内容深入浅出，实践性强，既可作为高职高专汽车相关专业的教材，也可供汽车营销从业人员的学习参考。

作者介绍:

目录:

[汽车及配件营销_下载链接1](#)

标签

评论

[汽车及配件营销_下载链接1](#)

书评

[汽车及配件营销_下载链接1](#)