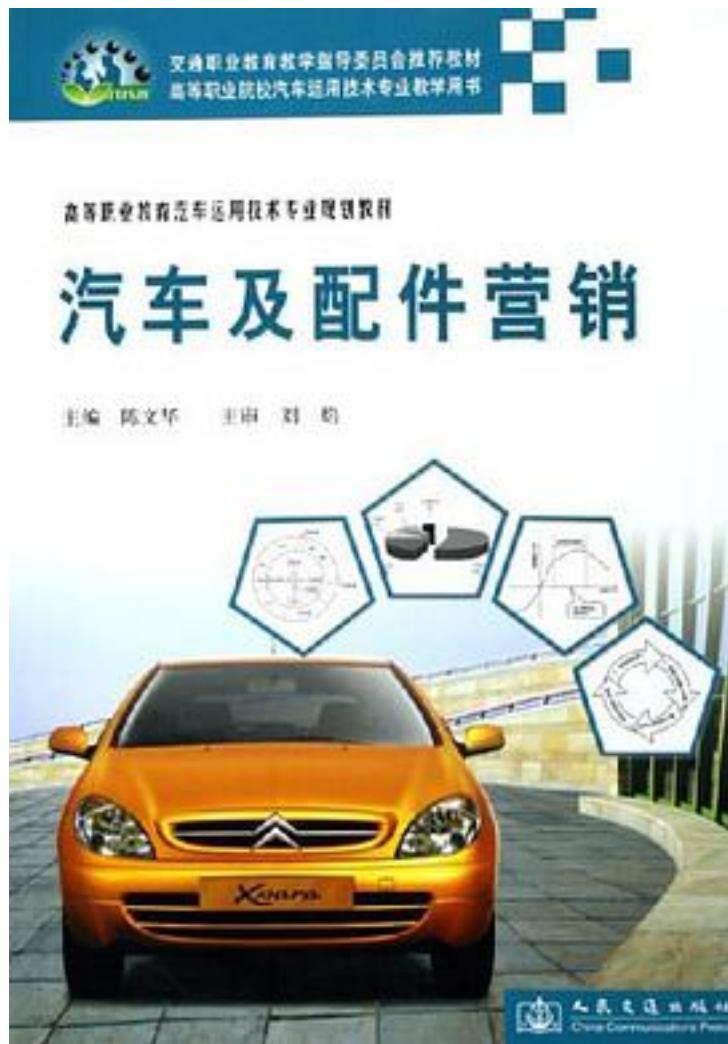


汽车及配件营销



[汽车及配件营销 下载链接1](#)

著者:张煜 编

出版者:理工大学

出版时间:2007-3

装帧:

isbn:9787564004637

本书共分4篇11章，第1篇导论主要介绍了汽车市场营销的基本知识和我国汽车市场营销的现状和发展趋势；在第1篇学习的基础之上，引入第2篇市场营销学基础理论与典型案例，通过大量的现阶段国内外汽车市场营销的典型案例，浅显易懂地介绍了市场营销学的基本理论；在此基础上，引入第3篇汽车市场营销实战，从营销策划，现场销售及售后服务三方面，结合现阶段国内外汽车市场营销的典型案例详细介绍了市场营销学基本理论在汽车市场营销实践中的具体应用，内容丰富翔实；最后引入第4篇汽车配件市场营销，重点介绍了汽车配件市场营销的相关理论和实例。

本书全面反映和总结了当今汽车市场营销的特点，对我国汽车市场营销实践有一定的指导作用。本书可作为大专院校相关专业的教学用书，又可作为汽车营销与售后服务行业的培训教材，还可供从事汽车营销与售后服务理论研究与实践的技术和管理人员阅读。

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](#)