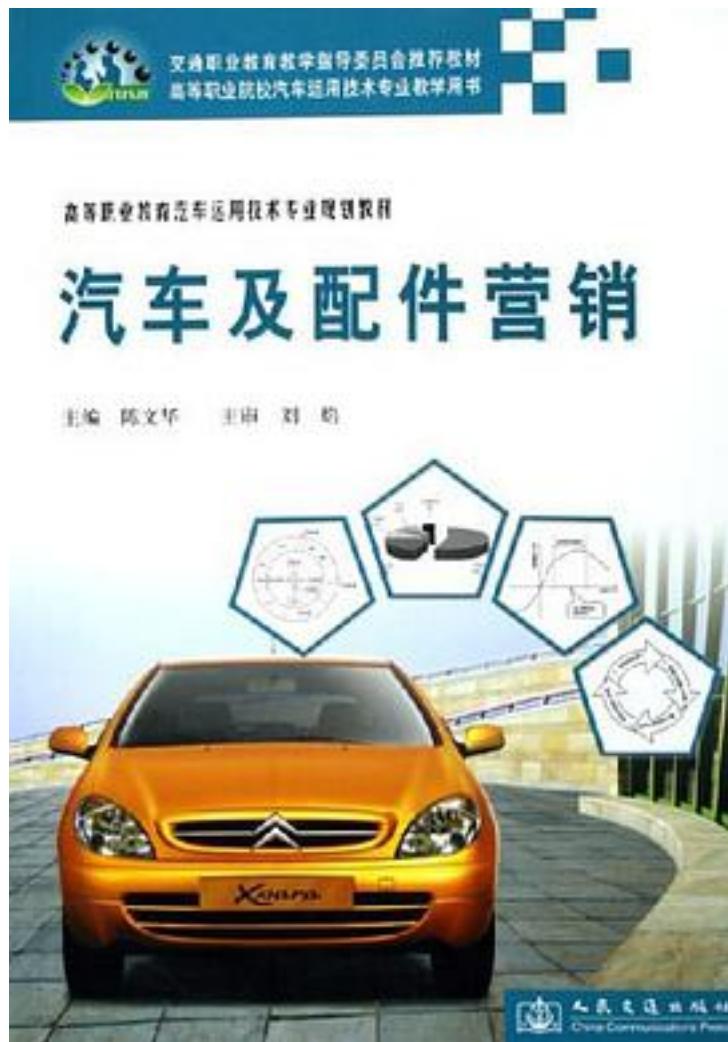


汽车及配件营销



[汽车及配件营销 下载链接1](#)

著者:李刚

出版者:北京理工大学出版社

出版时间:2010-8

装帧:

isbn:9787564013783

李刚主编的《汽车及配件营销（第2版）》是汽车贸易专业教材，也可用作汽车运用与维修专业技能型紧缺人才培养培训教材。根据教育部颁布的《汽车运用与维修专业领域技能型紧缺人才培养培训教材指导方案》及交通行业职业技能规范和技术工人标准组织编写，系统阐述了汽车整车及配件营销的策略、艺术和具体方法。

《汽车及配件营销（第2版）》内容主要包括：汽车营销人员要求、汽车市场营销基本原理、汽车的分类与发展、汽车市场营销环境分析、汽车企业市场细分与目标市场选择、汽车市场特征及购买行为分析、汽车企业市场定位与市场竞争、价格管理与定价策略、汽车配件销售管理、汽车产品的分销、汽车产品的促销、轿车选购知识和原则、汽车产品的售后服务。

《汽车及配件营销（第2版）》可作为高等职业院校汽车类相关专业的教学用书，也可供从事汽车、工程机械及配件营销的技术人员阅读和相关单位职工培训参考使用。

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](#)