

《营销工程与应用》

图书基本信息

书名：《营销工程与应用》

13位ISBN编号：9787562833550

10位ISBN编号：7562833559

出版时间：2012-11

出版社：华东理工大学出版社

作者：费鸿萍 编

页数：209

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

《营销工程与应用》

内容概要

《营销工程与应用--基于中国市场与企业运作的视角》分为九章。第1章为导论；第2章为市场分析；第3章为营销战略与决策；第4章为目标市场营销战略之一——市场细分与目标市场选择；第5章为目标市场营销战略之二——市场定位；第6-9章为市场营销的策略部分，即4P，其中：第6章为产品策略，第7章为价格策略，第8章为分销策略，第9章为整合营销沟通策略（促销策略）。相应的主要模型包括联合分析模型、聚类分析模型、市场反应模型、消费者选择模型、因子分析模型、巴斯模型、决策树分析模型、促销分析模型以及广告效果分析模型等。《营销工程与应用--基于中国市场与企业运作的视角》适用于营销专业高年级本科生和工商管理硕士，还可供在职营销经理学习使用。

编辑推荐

利用定量分析工具解读营销对策；剖析实战案例把握市场机遇！

《营销工程与应用》

精彩短评

1、在加里·L·利连的《Marketing models》基础上写的，有中国市场的案例，是本好书。

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