

营销工程



[营销工程_下载链接1_](#)

著者:王方华

出版者:上海交通大学出版社

出版时间:2006-4

装帧:简装本

isbn:9787313042248

本书介绍营销工程的主要内容，共12章，涵盖26个营销模型，主要涉及：市场反应函数、市场细分模型（含有聚类分析、判别分析和因子分析等）、市场定位模型（感觉图、偏好图等）、产品生命周期模型（含有时间序列分析等）、市场决策模型（含有决策数模型、层次分析法、麦肯锡通用电器模型、各种财务模型在营销中的应用等）、经验函数定价模型、广告内容设计模型等。它可帮助MBA（工商管理硕士）学生和在职营销经理等人员理解分析技术和计算机模型在现代企业中的运用；改进和提高其全面分析观察营销过程和各种关系的技巧；并为他们系统地学习营销工程软件提供原理上的支持。

本书内容丰富实用，可供MBA（工商管理硕士）学生和在职营销经理以及大学本科高年级营销专业学生阅读。

作者介绍:

目录:

[营销工程_下载链接1](#)

标签

营销

自我提升

王方华

方法论

方法

数理

工程

商学

评论

[营销工程_下载链接1](#)

书评

