

《市场反应模型》

图书基本信息

书名：《市场反应模型》

13位ISBN编号：9787208045200

10位ISBN编号：7208045208

出版时间：2003-04

出版社：上海人民出版社

作者：（美）汉森等

页数：467

译者：欧阳明等

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.tushu111.com

《市场反应模型》

内容概要

《市场反应模型》与原版相比主要有以下特点：

有机地整合了最新颖的技术内容与管理实践的讨论。

连续地总结了数十年的研究成果。

明确地展示了市场营销模型是市场营销理论和知识的基础。

清楚地介绍了如何将研究应用于市场营销的计划和预测。

系统地归纳了市场营销的原始研究。

并且在各个章节中都强化了市场反应建模的基础部分：市场特性、数据和影响销售的因素。

将反应模型设计的内容按照静态和动态的特性分别置于不同的章节中讨论由市场营销信息革命(即电子扫描数据)所衍生的技术和发现。

强调关于销售驱动的新概念，特别是有关促销的理解。

展示关于市场反应长期效应的新研究方法。

增添一章关于销售预测的内容。

加入许多有关实际应用方面的案例研究，这些嵌入各章节的案例主要都是由企业决策人员所撰写的。

《市场反应模型》

书籍目录

译者的话 中文版前言 英文版前言

第一部分 绪论 第1章 营销管理的市场反应模型 第2章 市场、数据和销售的驱动因素

第二部分 静态市场反应模型 第3章 静态市场反应模型的设计 第4章 动态反应模型的设计 第5章 参数测算与模型检验

第三部分 发展市场中的市场反应 第6章 单元营销时间序列 第7章 多元营销时间序列

第四部分 用计量经济学和时间序列分析法 (ET

《市场反应模型》

精彩短评

1、 F713.52/18 社科四 营销科学经典作品。

《市场反应模型》

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.tushu111.com