

《营销信息分析与决策》

书籍信息

版次：1

页数：437

字数：

印刷时间：2017年03月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装-胶订

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787040468533

内容简介

本书从基础理论概述、营销信息采集、营销信息分析、营销决策四个方面系统剖析了营销信息分析与决策的相关理论，介绍了营销分析与决策的方法，解读了营销信息分析与决策案例，以实现从理论到方法再到实践的过渡，提升营销信息分析与决策的实践价值。

基础理论概述。本篇全面地介绍了营销的基本概念、内涵，营销的理念与方法，信息分析的类型、发展历程，阐述了营销组合的理论基础及其中的信息分析原理。同时，本书对营销信息分析与决策的工作框架进行了详细阐述，提炼出了营销信息分析在营销决策中的应用范围。

营销信息采集。本篇对营销信息采集所涉及的原理与方法进行了介绍，涉及营销信息采集方案的制定、实施步骤、操作方法，并使读者能够在此基础上进一步掌握营销数据的整理与甄别。

营销信息分析。本篇对营销信息分析涉及的方法予以介绍，并结合不同的案例解释方法的原理、应用步骤、产生的效果，使读者既能够掌握这些方法，又能学会将理论与实践相结合。

营销决策。在介绍来自心理学、经济学、管理学等领域的营销决策相关理论的基础上，本篇结合营销决策的特点及新时代环境下对营销决策的需求，深入剖析了营销决策的类型、程序、原则、方法、模型、系统，并结合大量前沿的、生动的、具有应用价值的案例来加以阐释，以加深读者对营销决策的理解。

前言

序言

媒体评论

评论

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)