

图书基本信息

书名：<<企业产品定价与促销的科学原理及方法>>

13位ISBN编号：9787030173331

10位ISBN编号：7030173333

出版时间：2006-6

出版时间：科学出版社

作者：杜荣

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：<http://www.tushu007.com>

<<企业产品定价与促销的科学原理及方>>

内容概要

《企业产品定价与促销的科学原理及方法》针对企业产品定价与促销决策中的若干实际活动，利用各种优化理论和方法，对多品牌产品的定价、竞争扩散情况下产品的动态定价、多品牌广告投入、垄断扩散下的动态广告投入、随机条件下的动态广告投入、考虑消费者行为的促销组合、考虑营销磁滞效应的促销组合等产品定价与促销的科学原理及方法进行了研究，取得了有助于企业管理决策的结论，给出了一些实际应用方面的步骤和例子，并介绍了高技术市场中新产品的定价、广告策略及促销组合策略的原理和方法。

《企业产品定价与促销的科学原理及方法》适用于高等学校企业管理、市场营销、管理科学与工程、系统工程、运筹学等专业的教师、研究生、MBA和本科生，也适用于市场营销和企业管理咨询分析人员，还适用于从事市场营销实践的业务人员、管理人员以及相关决策者。

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:<http://www.tushu007.com>