

<<营销人员聘用管理模拟研究>>

图书基本信息

书名：<<营销人员聘用管理模拟研究>>

13位ISBN编号：9787564207304

10位ISBN编号：7564207302

出版时间：2010-5

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：刘凤霞

页数：158

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>

## <<营销人员聘用管理模拟研究>>

### 内容概要

人类进入21世纪,就进入了科学技术突飞猛进的新时代、进入了知识经济迅速兴起的新时代。如何应对新世纪知识经济的挑战,人类必须坚持科学创新、技术创新、管理创新、理论创新和知识创新。

因而,我们诚邀经济学博士和管理学博士们撰写“新世纪经济管理博士丛书”,以传播创新的经济管理前沿知识:“新世纪经济管理博士丛书”由上海市基本建设优化研究会、上海基本建设优化研究所和《基建管理优化》编辑部等单位联合组织编纂。

上海市基本建设优化研究会成立于1985年,原名中国基本建设优化研究会上海分会,由上海市市委宣传部批准,肩上海市社会科学界联合会成员,系学术性社会团体。

本会的宗旨是遵守宪法、法律、法规和国家政策,遵守社会道德风尚,应用国内外先进的优化理论、方法,积极开展基建优化研究,为我国尤其是上海的现代化建设贡献力量。

该研究会会员遍布上海投资与建设领域,其理事会由浦东新区人民政府、上海市建设委员会、上海市计划委员会、上海市教育委员会、上海市财政局、上海市民政局、上海市市政工程管理局、上海市房地局、宝钢集团、上海市建工集团。

上海市房地集团、上海市城建集团、上海市建材集团、中国建设银行上海市分行、上海各大建筑设计院、国家有关部委建筑设计单位和建筑局(公司)、复旦大学、交通大学、同济大学、上海理工大学、上海财经大学、华东理工大学、上海大学、华东师范大学、上海社会科学院、上海立信会计学院等领导、专家、学者、教授组成。

## <<营销人员聘用管理模拟研究>>

### 作者简介

黄汉江，笔名：晓翰、扈姬优、撒疆等。  
1956年1月生，1982年1月毕业于东北财经大学。  
1987年破格晋升副教授，1993年晋升研究员。  
历任上海市财政局副科长，上海基建优化研究所所长，上海理工大学经贸系主任、商学院副院长、投资与建设学院院长、国民经济学（研究生）学科创始人，立信会计出版社社长、工商管理学院院长兼投资建设研究中心主任，兼任中国基建优化研究会常务理事、《基建优化》副总编、世界杰出华人联合会副主席、世界教科文：EN.织专家、国家自然科学基金委员会管理科学评议专家、中国人文管理科学院院士、中国经济科技开发国际交流协会理事、上海市基建优化研究会常务副会长兼秘书长、《基建管理优化》总编辑、《上海建设动态》主编、上海市社会科学界联合会委员、经济学与工商管理荣誉博士、教授、博导、政协委员。  
曾出访欧、美、澳、亚30余个国家和城市。  
著有：《投资与建筑经济》、《利息与年金表》、《货币时间价值学》等著作；主编有：《投资大辞典》、《建筑经济大辞典》、《投资学概论》、《基建工程与概预算》、《简明建筑经济手册》、《基本建设预算》、《建筑工程招投标百问百答》、《建设工程与预算》、《中国社会团体大全》、《投资结构经济学》、《中国社会团体会长秘书长辞典》、《现代建筑业经营管理》、《投资生产力经济学》、《涉外投资学》、《投资建设教训集》、《现代建设工程与造价》、《全国投资与建设研究文集》（4集）、《全国房地产研究文集》等著作；编译有：《管理科学与管理决策》、《建筑合同词典》、《英汉汉英投资词汇》、《建航业经济学》等著作。  
并著有《黄汉江散文诗》。  
在全国50多家报刊上公开发表论文150余篇。  
著作、论文总字数约5000万字。  
其中28种论文、著作、教材分别获全国社会科学优秀学术成果奖、全国建筑经济优秀论文奖、全国基建优化优秀学术成果奖、上海社会科学优秀学术成果奖和上海高校优秀教材奖。  
并荣获国际荣誉机构颁发的“二十世纪成功人士”证书和勋章。  
现正在总主编“沪江商学丛书”和“立信投资与建设丛书”及“新世纪经济管理博士丛书”（共100多部著作、教材）。  
并积德行善，筹集资金，为故乡筑路路和建立老年福利基金。

## <<营销人员聘用管理模拟研究>>

### 书籍目录

总序1 绪论 1.1 课题研究的背景、目的及意义 1.2 相关领域的研究文献综述 1.3 本书的主要研究内容2 营销队伍的聘用管理研究 2.1 营销人员管理 2.2 营销人员的聘用管理 2.3 本章小结3 营销人员规模优化的模糊定性模拟研究 3.1 模糊定性模拟算法 3.2 营销人员规模优化模糊定性因果分析 3.3 规模优化模拟实例 3.4 本章小结4 营销人员聘用策略模拟研究 4.1 营销人员聘用计划概述 4.2 营销人员聘用策略模型 4.3 聘用策略设计实例 4.4 本章小结5 基于模糊逻辑的营销人员选聘定性推理模型 5.1 营销人员的选聘概述 5.2 利用模糊逻辑建模的方法分析 5.3 营销人员选聘定性推理模型 5.4 选聘实例 5.5 本章小结6 营销人员聘用管理的定性模拟系统原型研究 6.1 系统原型的功能结构分析 6.2 系统原型功能模块分析 6.3 本章小结7 总结与展望 7.1 全书总结 7.2 研究展望参考文献致谢

## <<营销人员聘用管理模拟研究>>

### 章节摘录

谁敢断言，仅仅依靠直觉的方法可以妥善地解决以上的问题。并且，营销人员决策是由一系列高度相关的过程组成的，其中，在客户、地理区域或产品之间分配销售努力；设置营销人员的规模；设计销售区域等问题本质上是与资源配置有关且相互关联的一类题目，被认为是非常适合管理科学技术应用的领域H]。

所以，以往关于营销人员聘用规模问题的研究，主要是从市场反应函数和运筹学方法的角度展开的。

企业对营销人员的需求，是经济学中所谓的“引致需求”，既然选择营销人员的目的在于销售产出获得，那么，研究营销人员的绩效预斥就成为这一问题的必然。

关于这方面的研究方法主要有两类：一是通过实证研究，统计抽样和分析影响绩效的主要因素；二是评价方面的研究，即研究评价中心和工作模拟测试的方法，通过营造选聘的有效环境和步骤，达到成功选聘的目的。

然而，运筹学的科学性虽然受到大家的公认，但获取数据的困难以及模型的严格假设前提，成为这种方法使用的障碍。

实际操作中，我们真的需要那么精确的数据，才能做出符合要求的决策吗？

而且，模型的难以理解和操作的复杂性，也是推广这种方法的瓶颈。

定性模拟方法是解决这一问题的有效途径。

定性模拟方法的基础是定性抽象机制，现实世界的合理抽象，是保证模拟成功实现的根本。

这种抽象包括了量的定性描述、决策规则的简化，以及相应的信息格式的匹配。

定性模拟的工作方式类似于一种筛选工具，通过扩散规则使系统推进，利用过滤和重写给决策制定者合乎要求的信息，确实可以缩短复杂决策过程；当准确的数字信息可以得到时，定量分析仍可以作为最合适和有效的推理方法[5]。

本研究涉及的定性模拟技术是模拟研究的前沿领域，尤其是将模糊定性模拟技术运用于营销人员聘用管理的研究，在国内外尚属空白。

<<营销人员聘用管理模拟研究>>

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>