

<<数据库营销>>

图书基本信息

书名：<<数据库营销>>

13位ISBN编号：9787313043436

10位ISBN编号：7313043430

出版时间：2006-6

出版时间：上海交通大学出版社

作者：王方华

页数：212

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>

## <<数据库营销>>

### 内容概要

数据库营销是一个利用各种分析工具在海量数据中发现模型和数据间关系的过程，它可以根据详尽的客户数据库预测未来趋势和行为，使企业进行知识驱动的战略决策，同时大大提高了企业的决策效率，因而引起了市场营销者和学术界的普遍关注。

《数据库营销》共分数据库营销概论，数据库营销的演进、功能和运作模式，数据库技术与管理，数据挖掘技术基础，基于数据挖掘的消费者市场和行为研究，数据挖掘在市场细分中的应用，产品设计的数据挖掘技术，基于数据挖掘的定价策略，促销中运用数据挖掘的技巧，基于数据挖掘的客户关系管理等十章。

它可供各管理部门领导者、工商企业的管理者和决策咨询人员自学参考用，也可供高等院校市场营销专业师生参阅。

## <<数据库营销>>

### 作者简介

王方华 上海交通大学安泰管理学院院长、教授、博士生导师。

主要研究方向：1、市场营销2、战略管理3、企业发展理论。

毕业于复旦大学管理学院，获经济学硕士学位。

曾任复旦大学管理学院工业经济教研室主任，院长助理、企业管理系主任。

1998年调入上海交通大学管理学院任副院长、常务副院长、院长。

主持国家自然科学基金项目两项、教育部博士点基金一项、外经贸部科技开发基金两项及社会委托咨询项目多项、出版专著及教材38本，发表论文100余篇，主持完成负责研究项目60余项，曾获上海市决策管理成果二等奖、上海市高校优秀教材一等奖，上海市高校教学成果一等奖。

兼任：全国MBA教育指导委员会委员、教育部科技学部委员、中国市场学会副会长兼学术委员会主任。

上海市场学会副会长、上海管理科学学会副理事长，上海生态经济学会副会长，上海市企业联合会常务理事。

并担任：上海海立(集团)股份有限公司、上海友谊(集团)股份有限公司、上海新亚(集团

## &lt;&lt;数据库营销&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 数据库营销概论 1.1 数据和数据库的概念与特点 1.2 数据库营销的概念、特征与优势 1.3 数据库营销与其他营销的关系和区别第2章 数据库营销的演进、功能与运作模式 2.1 数据库营销的起源与发展 2.2 数据库营销的功能与运作模式第3章 数据库技术与管理 3.1 数据库技术的概念、演变与发展 3.2 数据仓库的建立 3.3 数据库的管理第4章 数据挖掘技术基础 4.1 数据挖掘技术概述 4.2 常见的算法与模型 4.3 数据挖掘技术分类 4.4 数据挖掘工具 4.5 数据挖掘过程工作量及所需人员 4.6 数据挖掘软件比较第5章 基于数据挖掘的消费者市场和行为研究 5.1 什么是消费者行为 5.2 消费者行为研究的演进及其对营销的意义 5.3 消费者行为研究的观点和方法 5.4 消费者行为研究的信息来源 5.5 消费者行为研究的新宠——数据挖掘第6章 数据挖掘在市场细分中的应用 6.1 市场细分定义及传统方法 6.2 数据挖掘对市场细分及定位的意义 6.3 数据挖掘在市场细分中应用的实际案例第7章 产品设计的数据挖掘技术 7.1 基于市场需求的产品设计 7.2 需求分析中的数据挖掘第8章 基于数据挖掘的定价策略 8.1 价格综述 8.2 价格策略与数据挖掘第9章 促销中运用数据挖掘的技巧 9.1 促销——面对顾客的贴身武器 9.2 不断发展的促销方法 9.3 在促销中应用数据挖掘技术第10章 基于数据挖掘的客户关系管理 10.1 客户关系管理 10.2 零售业的现状及其演进 10.3 零售业的数据挖掘在提升客户关系管理方面的实例 10.4 个案研究——数据挖掘在零售业中的营销创新附录 数据挖掘算法研究——基于VPRS的定量数据挖掘算法参考文献

## <<数据库营销>>

### 编辑推荐

数据库营销是一个利用各种分析工具在海量数据中发现模型和数据间关系的过程，它可以根据详尽的客户数据库预测未来趋势和行为，使企业进行知识驱动的战略决策，同时大大提高了企业的决策效率，因而引起了市场营销者和学术界的普遍关注。

本书共分数据库营销概论，数据库营销的演进、功能和运作模式，数据库技术与管理，数据挖掘技术基础，基于数据挖掘的消费者市场和行为研究，数据挖掘在市场细分中的应用，产品设计的数据挖掘技术，基于数据挖掘的定价策略，促销中运用数据挖掘的技巧，基于数据挖掘的客户关系管理等十章。

它可供各管理部门领导者、工商企业的管理者和决策咨询人员自学参考用，也可供高等院校市场营销专业师生参阅。

#### 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>