

<<定价>>

图书基本信息

<<定价>>

内容概要

门罗教授的研究引导整个营销学界将注意力集中于购买者对价格的主观感受，在对照价格、适用水平价格、价格—品质—价值联结和价格限度方面都做出了开创性的贡献，他的研究对营销理论的发展产生了深远的影响。

门罗教授的这一著作不同于其他有关定价理论著述的独特之处，可以概括为以下四个方面；

1 理论框架的系统性 门罗教授从确定定价行为或定价决策的战略地位出发，给出了定价的经济学分析框架和心理学，组织行为学分析框架，并进一步从会计学的角度给出了定价的成本分析框架。

2 学术内容的前瞻性 本书阐述了定价决策的最新理论及其发展，电子商务活动给定价决策带来的新机会与新挑战，扩展了经济学理论中与定价决策相关的最新研究成果，强调了信息对于理解市场行业和执行定价战略的重要意义。

3 技术分析方法的实用性 本书探讨的一些定价决策技术和方法已经在全球顶尖商学院和世界范围内的高级经理人培训班中得到了有效的验证，既有助于没有实践经验在校学生了解实际，也有助于正被现实问题困扰的经理人寻医问药。

4 对策思路的创新性 提出了创新的从整体上改进企业定价决策水平的若干建议，概括了有关定价方法的基本原则，并且针对定价决策可能利用到的不同类型信息的利用时机提出了积极的建议。

。

<<定价>>

作者简介

肯特·B·门罗，2005年度美国营销协会（AMA）杰出营销教育家奖授予《定位》作者肯特·B·门罗教授。

门罗教授在营销学术界率先展开了对购买者感知价格信息和形成价值判断过程的分析与研究，他的研究强调了价格中的信息价值对购买者的影响。

美国营销协会(AMA)杰出营销教育家奖是美国营销教育工作者的最高奖项，获奖者必须是营销教育界里多年的领导者并且对营销教育和营销学做出杰出贡献的人士，至今只有十几位顶尖人物获此殊荣，首届获奖者为菲利普·科特勒教授。

<<定价>>

书籍目录

第一篇 导论第一章 有效的定价管理第二篇 定价理论的经济学基础第二章 定价的经济学第三章 信息经济学第四章 信号与管理竞争第三篇 理解顾客和购买者的行为第五章 定价管理的行为基础第六章 危害利润的定价行为第七章 价格与顾客的价值感第八章 顾客价值分析第九章 定价决策的研究方法第四篇 定价决策的盈利能力分析第十章 成本在定价决策中的作用第十一章 运用杠杆开发定价战略第十二章 营销盈利能力分析.....

<<定价>>

媒体关注与评论

书评定价管理领域中的经典之作！
作者荣获2005年度美国营销协会杰出营销教育家奖。

<<定价>>

编辑推荐

门罗教授的研究引导整个营销学界将注意力集中于购买者对价格的主观感受，在对照价格、适用水平价格、价格—品质—价值联结和价格限度方面都做出了开创性的贡献，他的研究对营销理论的发展产生了深远的影响。

<<定价>>

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>