

科技进步理论与管理

营销人员的规模决策模型研究

刘凤霞,黎志成,胡斌

华中科技大学管理学院,华中科技大学管理学院,华中科技大学管理学院 湖北武汉430074

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

**摘要** 对商业企业而言,有关营销人员的决策至关重要。营销人员规模确定属于营销战略的规划问题,影响到销售队伍建设和管理的方方面面。分析了规模的延迟影响所造成的长期效应,改进了营销人员规模确定的控制单元反应函数,在利用动态规划过程求解销售努力优化配置方案的基础上,实现了规模的长期优化。

**关键词** [营销人员](#) [反应函数](#) [影响延迟](#)

分类号

**DOI:**

对应的英文版文章: [2005-08-040](#)

通讯作者:

刘凤霞

作者个人主页: 刘凤霞;黎志成;胡斌

#### 扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(144KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(OKB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“营销人员”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章

- [刘凤霞](#)
- [黎志成](#)
- [胡斌](#)

