

<<个性化需求预测>>

图书基本信息

书名：<<个性化需求预测>>

13位ISBN编号：9787509615393

10位ISBN编号：7509615399

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：唐中君

页数：200

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>

## <<个性化需求预测>>

### 内容概要

《经济管理学术文库：个性化需求预测》围绕“个性化需求预测”展开讨论。首先通过市场调查和理论分析，阐述了个性化需求预测研究的必要性和适用条件。然后分析了个性化需求预测面临的主要挑战，并提出了应对方法、基本原则以及提高预测准确度的机理。接着提出了个性化需求的实施工具“个性化需求预测实施平台”。最后，通过研究得到了该平台中的产品特性（构成）预测模型、顾客首次购买个性化产品决策过程及影响因素、个性化需求概率预测模型、个性化需求时间预测模型。

## <<个性化需求预测>>

### 作者简介

唐中君，华中科技大学博士。

中南大学博士后。

主持完成国家自然科学基金面上项目一项和国家博士后科学基金(一等)一项。

作为专题负责人参加了一项国家自然科学基金重点项目；作为主要成员参加了一项国家自然科学基金重点项目。

近年来在国内外重要刊物上发表学术论文31篇，作为第一作者在知名国际期刊上发表论文6篇及国际学术会议论文6篇。

其中SCI检索2篇，SSCI检索2篇。

EI检索6篇，ISTP/ISSHP检索4篇。

国家自然科学基金委创新群体研究骨干；教育部“长江学者和创新团队发展计划”研究骨干。

## &lt;&lt;个性化需求预测&gt;&gt;

## 书籍目录

## 第1章 个性化需求的普遍性

- 1.1 顾客需求变化规律
- 1.2 个性化需求及其特点
- 1.3 顾客对个性化电脑的购买特点
- 1.4 本章小结

## 第2章 生产模式变革与按个性化需求预测生产

- 2.1 生产模式及其描述方法
- 2.2 手工生产向大量生产模式的变革
- 2.3 大量生产向精细生产的变革
- 2.4 大量定制的产生
- 2.5 定制-响应困境问题和即时顾客化定制的必然
- 2.6 按个性化需求预测生产的提出
- 2.7 大量定制向即时顾客化定制的转化
- 2.8 即时顾客化定制的可能域和个性化需求预测研究的必要性
- 2.9 本章小结

## 第3章 需求可视法与个性化需求预测

- 3.1 供应链侧的基于时间竞争和需求链侧的基于时间竞争
- 3.2 需求链的需求产生过程和需求转移过程
- 3.3 需求链侧的基于时间的竞争方法——需求可视法
- 3.4 需求可视法的多样性与个性化需求预测
- 3.5 本章小结

## 第4章 个性化需求预测面临的挑战及解决方法

- 4.1 传统需求预测方法的局限性
- 4.2 共享需求相关信息面临的挑战及解决方法
- 4.3 理解和转换需求相关信息面临的挑战及解决方法
- 4.4 预测结果反馈给顾客时面临的挑战及解决方法
- 4.5 本章小结

## 第5章 个性化需求预测机理研究

- 5.1 个性化需求预测的基本原则研究
- 5.2 通过扩展预测所用信息的个性化需求预测分机理
- 5.3 通过需求相关信息处理的个性化需求预测分机理
- 5.4 通过与顾客共享预测结果和其他信息的个性化需求预测分机理
- 5.5 个性化需求预测的集成模型
- 5.6 本章小结

## 第6章 个性化需求净变预测平台研究

- 6.1 个性化需求预测实施平台
- 6.2 产品配置系统及其局限性
- 6.3 手段目标链模型对克服传统产品配置系统局限性的借鉴作用
- 6.4 手段目标链模型的扩展
- 6.5 基于手段目标扩展链模型的产品配置模型
- 6.6 本章小结

## 第7章 顾客首次购买个性化产品的决策过程与影响因素

- 7.1 研究方法的选取
- 7.2 研究过程
- 7.3 研究结果

## <<个性化需求预测>>

7.4 研究评估

7.5 研究结论

7.6 本章小结

### 第8章 个性化需求概率预测

8.1 消费者购买行为影响因素的研究现状

8.2 研究模型的构建

8.3 问卷设计和研究对象的确定

8.4 问卷预测试

8.5 正式调查和描述性统计

8.6 信度和效度检验

8.7 结构模型检验

8.8 基于行为影响因素的个性化需求概率模型

8.9 本章小结

### 第9章 基于比例风险模型的需求时间模型

9.1 间隔购买时间研究综述

9.2 Cox比例风险模型

9.3 数据获取和分析

9.4 本章小结

## &lt;&lt;个性化需求预测&gt;&gt;

## 章节摘录

对于成熟的生产模式，其生产模式树必须满足三项标准：（1）协同一致性标准。对于任何一种生产模式，组成订单赢得要素的各绩效之间、组成订单资格要素的各绩效之间以及订单赢得要素的各绩效与订单资格要素的各绩效之间不能存在“两难”问题，因此生产模式树中不能有相互矛盾的活动和相互矛盾的原则（理论或假设），否则订单赢得要素的各绩效之间就会出现“两难”问题。

如果有相互矛盾的活动和原则（理论或假设），就必须有相应的活动和原则（理论或假设）来解决该矛盾。

协同一致性标准确定了生产模式树中非垂直方向各活动之间、各原则（理论或假设）之间的关系。

非垂直方向各活动之间、各原则（理论或假设）之间必须达到协同一致，不能存在相互冲突，如果存在相互冲突，必须有相应的活动和原则（理论或假设）来协调。

生产模式树中垂直方向的、通过实箭头线连接各活动之间，存在因果逻辑关系。

（2）完备性标准。

成熟的生产模式必须包含生产系统的设计和运行两方面的主要内容，否则该生产模式难以实施，因此生产模式树中的活动必须涵盖生产系统的设计和运行两方面的主要活动。

（3）顶端活动易于实施性标准。

生产模式树的所有顶端活动必须易于实施，无须开发其他的活动来实施顶端活动。

顶端活动易于实施性标准确定生产模式树的层级总数。

对于绘制好的生产模式树，以一系列的逻辑关系“为了实现某目标（活动），因为某原则（理论或假设），所以需要采取某活动（另一活动）”或“在某原则（理论或假设）的指导下，为了实现某目标（活动），需要采取某活动（另一活动）”，由下往上阅读。

生产模式树具有多种优点，主要有：逻辑性。

生产模式树能描述生产模式的目标、活动、原则（理论或假设）间的逻辑关系，这些图示的逻辑关系有利于从因果关系上理解所描绘的生产模式。

……

<<个性化需求预测>>

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>