第一图书网, tushu007.com

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787040300123

10位ISBN编号：7040300125

出版时间：2010-8

出版时间：杨海莹、杨洁、 李占军 高等教育出版社 (2010-08出版)

作者：杨海莹 等 著

页数：248

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

前言

《消费心理学》是高等教育出版社21世纪高职高专市场营销类专业系列教材之一，从2003年教材出版、2006年再版以来的教材使用过程中，得到了多所院校的大力支持，并获得了好评，也收到了许多宝贵意见。
为了适应教学与时代发展的需要，以保持教材的先进性、应用性、时代性，同时满足我国高等职业教育培养应用型人才目标的要求，我们在充分听取意见的基础上，再次对教材进行了修订。
本次修订后的教材，更加突出高职高专教育特色，既注重理论知识的系统性，以符合高职高专的培养目标；又紧密联系我国经济建设实际，关注国家经济建设、人民生活领域的热点问题及其对消费心理的影响，体现职业教育培养应用型人才的特色。
本教材共分为十二章。
编写人员有：武建芬（第一章）；杨洁（第二章）；杨晓华（第三章）；杨海莹（第四章）；王桂玲（第五章）；张宏伟（第六章）；李谨锦（第七章）；王学东（第八、九章）；李久生（第十章）；刘凤（第十一章）；苗桂兰（第十二章）。
本教材适用于高职高专市场营销类专业及经济类专业教学，也可满足成人学员与市场营销人员实际工作的需要。
本教材编写过程中，得到了高等教育出版社、山东商业职业技术学院、青岛职业技术学院等相关单位领导的大力支持，在此一并感谢。
由于编写时间仓促，编者水平有限，书中难免有不妥之处，恳请读者批评指正。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《消费心理学（第3版）》既注重理论知识的系统性，以符合高职高专的培养目标；又紧密联系我国经济建设实际，关注国家经济建设、人民生活领域的热点问题及其对消费心理的影响，体现职业教育培养应用型人才的特色。

<<消费心理学>>

书籍目录

第一章 绪论知识链接人性心理学与生活第一节 心理学概述第二节 消费心理学的研究对象和研究内容第三节 消费心理学的研究方法第四节 研究消费心理学的意义案例分析练习与思考实训与情景模拟第二章 消费者心理活动的基本过程知识链接消费者产生不满情绪的主要表现第一节 消费者对商品的认识过程第二节 消费者的情感过程第三节 消费者的意志过程案例分析练习与思考实训与情景模拟第三章 消费者的购买决策知识链接为何会出现趋低消费现象?第一节 购买决策的内容和类型第二节 消费者购买决策的过程及影响因素案例分析练习与思考第四章 个性心理因素对消费行为的影响知识链接心理学家马斯洛对你说第一节 能力第二节 气质第三节 性格第四节 消费者的需要第五节 消费者的购买动机第六节 消费者的兴趣案例分析练习与思考实训与情景模拟第五章 群体与社会阶层对消费心理的影响知识链接中国十大社会阶层的划分标准第一节 社会群体因素对消费心理的影响第二节 社会阶层因素对消费心理的影响案例分析练习与思考实训与情景模拟第六章 社会环境因素对消费心理的影响知识链接金砖四国推动油价大涨，2014年或超150美元／桶第一节 政治因素对消费心理的影响第二节 经济因素对消费心理的影响第三节 文化与消费流行对消费心理的影响案例分析练习与思考实训与情景模拟第七章 商品设计心理分析知识链接外资并购福兮祸兮第一节 商品命名心理分析第二节 商标设计与消费心理第三节 商品包装的心理功能案例分析练习与思考实训与情景模拟第八章 价格心理分析知识链接通胀四大潜在风险需重视第一节 价格的心理功能第二节 消费者的价格心理第三节 商品定价的心理策略案例分析练习与思考实训与情景模拟第九章 广告心理分析知识链接创新+互动，180天世博营销战第一节 广告的心理功能第二节 广告媒体的心理效应第三节 增强广告效果的心理策略第四节 广告心理效果的测定案例分析练习与思考实训与情景模拟第十章 新产品设计、销售与消费心理知识链接最好的营销是创造好的产品第一节 新产品设计第二节 新产品销售的心理策略第三节 新产品促销模式案例分析练习与思考实训与情景模拟第十一章 营销沟通与消费心理知识链接第一节 营销沟通的概念与沟通形式第二节 营销沟通技巧第三节 市场营销沟通组合案例分析练习与思考实训与情景模拟第十二章 营销人员心理知识链接高效能人士的七个习惯第一节 营销人员心态与素质要求第二节 营销人员管理与培训第三节 、营销主管心理素质的训练与提高第四节 营销决策者心理素质的训练与提高第五节 运用心理效应做好营销工作案例分析练习与思考实训与情景模拟参考文献教学资源索取单

章节摘录

插图：人的心理现象的另一个方面是个性心理，个性心理包括个性心理特征和个性倾向性两个方面。
例如，生活中，有的同学急躁，有的同学耐心；有的同学活泼好动，有的同学内向文静，这是出于不同的气质特点；有的同学处世冷静，有的同学易于感情用事，有的同学意志薄弱，有的同学则意志坚强，这是反映不同的性格类型；至于有的同学聪明伶俐，有的同学相对迟钝；有的同学记忆力特好，有的同学创造力特强，这都是不同能力的表现。
所有这些表现在人的气质、性格和能力等方面的特征，称为个性心理特征。
在日常工作和生活中，人们还表现出不同的个性倾向。
如在购买行为中，有的人有这方面的要求，而有的人则有另一方面的要求，表现出人在需要方面的差异；有时，同样购买某种商品，有人出于这种考虑，而有人则出于另一种考虑，这是动机的差异；有人对这种商品有兴趣，有人对另一种商品有兴趣，这是兴趣的差异。
人们在需要、动机、兴趣等方面的差异便反映出一个人的个性倾向性。
心理学所说的人的心理现象就是指人的心理过程和个性心理两个方面。
其中，心理过程体现出人的心理活动的一般规律，即人的心理活动的共性或一致性；而个性心理则表现了人们之间在心理活动方面的个性或差别性。
这两个方面密切联系、不可分割。
一方面，个性心理是在各种心理过程中形成和发展的，并且通过心理过程表现出来。
例如，人对商品的认识能力，只有在认识某种商品的过程中，才能表现出认识能力的高与低。
另一方面，已经形成的个性心理，对人的心理过程又有影响作用。
如能力、性格等都能直接影响人们对事物认识的效率和深度，从而使得心理过程带上浓厚的个性色彩。

编辑推荐

《消费心理学(第3版)》：21世纪高职高专市场营销类专业系列教材

第一图书网, tushu007.com

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