第一图书网, tushu007.com

<<消费心理学及实务>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学及实务>>

13位ISBN编号：9787111303381

10位ISBN编号：7111303385

出版时间：2010-6

出版时间：机械工业出版社

作者：谢忠辉 编

页数：287

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

消费者的购买需求是如何产生的？
消费者的购买行为经历了哪几个阶段？
在这一过程中，消费者发生了哪些心理活动？
影响消费者购买行为的因素有哪些？
此类问题的回答对于企业有效地开展营销活动，更好地满足消费者需求，并借此在激烈的市场竞争中脱颖而出，具有十分重要的意义。
而消费心理学的任务，正是寻求这些问题的答案。
在广泛借鉴、吸收国内外相关研究成果的基础上，专门针对高职高专学生编写了本教材，希望能对高职高专类院校消费心理学课程的教学和研究起积极的推动作用。
本书的编写基本上是沿循消费者购买决策的过程及其内外影响因素这一主线而展开的，主要内容包括：消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，消费者的需求与购买动机，社会环境对消费者心理的影响，消费群体对消费者心理的影响，消费流行、消费习惯与消费者心理，商品因素与消费者心理，广告心理，购物环境与消费者心理及营销沟通与消费者心理。
本书撰写时，在基本涵盖消费心理学现有研究成果的基础上，在表达方式上力求通俗易懂、深入浅出，符合读者的阅读和学习习惯。
每章设置了本章导读、学习要点、关键词、导入案例、本章小结、复习思考题、案例分析以及实践训练环节。
在内容选择上重视实用性，每章都以引入案例开始，帮助读者明确地把握本章的学习要点，以本章小结、复习思考题和案例分析为结尾，加深读者对本章内容的理解，提高其分析问题、解决问题的能力。
此外，在每一关键内容上都设置了相应的小案例或视野拓展，希望能够最大限度地满足高职高专教学的需求。
本书由湖南交通职业技术学院的谢忠辉副教授担任主编并负责统稿，安徽经济管理干部学院的李方道老师任副主编，湖南交通职业技术学院的罗双老师、安徽工业经济职业技术学院的鲍玮老师和安徽职业技术学院的杜淑琳老师参与了编写。
谢忠辉老师撰写了前言、编写了第5章和第6章，并对全书进行了统稿、修改与编排，杜淑琳老师编写了第1章与第2章，鲍玮老师编写了第3章与第4章，李方遒老师编写了第7章、第8章和第11章，罗双老师编写了第9章和第10章。
本书的完成除了各位参编者的努力之外，还要衷心地感谢湖南交通职业技术学院、安徽经济管理干部学院、安徽工业经济职业技术学院、安徽职业技术学院领导及各位同事所给予的帮助和支持。

内容概要

本书沿循消费者购买决策的过程及其内外影响因素这一主线而展开，在力求基本涵盖消费者心理学现有研究成果的同时，在表达方式上力求通俗易懂，深入浅出，符合读者的阅读和学习习惯。
以案例为导入，主要讲述了消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，消费者的需求与购买动机，社会环境对消费者心理的影响，消费群体的消费心理与行为，消费流行、消费习惯与消费者心理，商品因素与消费者心理，广告心理，购物环境与消费心理，营销沟通与消费者心理等内容，做到理论与实务相结合，有利于全面掌握消费者心理。
　本书可作为高职高专院校经管类学生的教材，也可作为企业营销人员的自学、提高用书。

<<消费心理学及实务>>

书籍目录

前言第1章 绪论 1.1 消费心理学及其发展 1.2 消费心理学的研究内容与意义 1.3 消费心理学的研究原则与方法 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第2章 消费者的心理活动过程 2.1 消费者心理活动的认识过程 2.2 消费者心理活动的情感过程 2.3 消费者心理活动的意志过程 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第3章 消费者的个性心理特征 3.1 消费者的个性 3.2 消费者的气质 3.3 消费者的性格 3.4 消费者的能力 3.5 消费者的兴趣 3.6 消费者的态度 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第4章 消费者的需求与购买动机 4.1 消费者的需求 4.2 消费者的购买动机 4.3 消费者的购买行为与决策 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第5章 社会环境对消费者心理的影响 5.1 政治、经济环境对消费者心理的影响 5.2 社会文化环境对消费者心理的影响 5.3 社会群体对消费者心理行为的影响 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第6章 消费群体的消费心理与行为 6.1 消费群体的概念及分类 6.2 不同消费群体的心理和行为特点 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第7章 消费流行、消费习惯与消费者心理 7.1 消费流行的概念、分类和形式 7.2 消费流行规律与消费心理导向 7.3 消费习俗与消费者心理 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第8章 商品因素与消费者心理 8.1 商品的命名、商标、包装与消费者心理 8.2 新产品营销与消费者心理 8.3 商品价格与消费者心理 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第9章 广告心理 9.1 广告与消费心理概述 9.2 广告媒体与消费心理分析 9.3 POP广告与消费者心理 9.4 广告传播的心理策略 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第10章 购物环境与消费者心理 10.1 购物环境外部形象与消费者心理 10.2 店容店貌与消费心理 10.3 店内陈设与消费者心理 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练第11章 营销沟通与消费者心理 11.1 营销人员与消费者心理 11.2 商务谈判心理 11.3 商务谈判的心理策略 本章小结 复习思考题 案例分析 实践训练 参考文献

章节摘录

插图：3.后期变革阶段这一阶段是从20世纪70年代至今。
这种变革主要反映在两个方面：①综合运用了相关学科的最新研究成果。
计算机、经济学、经济数学、行为学、社会学、运筹学、市场营销学和管理学等学科的研究成果被广泛运用于消费行为研究中。
②研究领域不断扩大和深化，涉及文化消费、生态消费、信用消费和绿色消费等领域。
1970年以来，消费心理学的研究呈现以下几种趋势：（1）理论进一步得到发展。
许多学者把研究的重点放在理论研究上，例如，对消费者决策程序的理论研究。
（2）重视宏观方面的研究。
研究者开始从整个社会经济系统的高度去研究消费行为，例如，消费行为——经济心理学的研究。
（3）转向对因果关系的研究。
即消费心理学由过去单纯地确认描述变量关系，转向解释性的研究和对因果关系的研究，例如，对消费者需求变化影响因素的研究。
（4）与相关学科结合的研究。
即对消费心理学的研究进行跨学科的融合、渗透，例如，与社会学密切结合，对消费流行时尚的研究
（5）引入现代研究方法。
即用现代方法对心理学的基本范畴（如动机、人格）等进行研究，例如，应用信息论的观点，采用电子仪器对消费者认识过程中的记忆、感觉进行研究。
我国最早学习和引进消费心理学这门学科是在20世纪20年代，国内学者开始翻译介绍国外的消费行为和心理研究成果，撰写编著自己的消费心理研究论著。
我国对消费心理学的研究起步较晚，中间有很长一段时间几乎处于空白状态，在研究水平和研究手段方面与西方国家相比有较大差距。
1.2 消费心理学的研究内容与意义1.2.1 消费心理学的研究内容1.研究消费者的心理活动过程消费者的心理活动过程是指消费者从接触商品到购买商品时心理活动产生、发展、变化的全过程，包括认识过程、情绪过程和意志过程。
其中，认识过程又包括感觉、知觉、注意、记忆、思维和想象等过程。
心理活动过程是每个消费者都具有的，是消费者心理现象的共性。
本书主要探讨心理活动过程的基本概念及其在营销活动中的应用。
详见第2章。
2.研究消费者的个性心理特征消费者的个性心理特征表现在消费者的气质、性格、能力上的差异。
例如，有的消费者在购买行为上表现得迅速果断，有的则表现得犹豫不决；有的消费者对商品的情感体验积极热情，有的消费者却消极冷淡；有的消费者外向开朗，有的消费者内向拘谨。

编辑推荐

《消费心理学及实务》：21世纪高职高专规划教材(经管类)

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