

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787111357414

10位ISBN编号：7111357418

出版时间：2011-10

出版时间：机械工业出版社

作者：马中宝，陈德余 主编

页数：207

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>

<<消费心理学>>

内容概要

消费心理学是心理学的一个重要分支，它研究消费者在消费活动中的心理现象和行为规律。消费心理学是一门新兴学科，它的目的是研究人们在生活消费过程中和日常购买行为中的心理活动规律及个性心理特征。

消费心理学是消费经济学的组成部分。

研究消费心理，对于消费者，可提高消费效益；对于经营者，可提高经营效益。

书籍目录

前言第一章 绪论学习要点导入案例第一节 心理学与消费心理学一、心理学概述二、消费心理学概述三、消费心理学的相关概念第二节 消费心理学的研究对象、内容与方法一、消费心理学的研究对象二、消费心理学的研究内容三、消费心理学的研究方法第三节 消费心理学的产生、发展及现实意义一、消费心理学的产生与发展二、消费心理学研究的发展趋势三、研究消费心理学的现实意义个案分析关键名词讨论与思考第二章 消费者的心理活动过程学习要点导入案例第一节 消费者的认知活动过程一、消费活动中的感觉与知觉二、消费活动中的记忆与注意三、消费活动中的想象、联想与思维第二节 消费者的情绪情感过程一、情绪和情感概述二、情绪与情感的类型三、情绪与情感的外部表现四、影响消费者情绪和情感的因素第三节 消费者的意志过程一、意志概述二、消费者的意志过程分析三、消费者的意志品质与消费行为个案分析关键名词讨论与思考第三章 消费者的个性心理特征学习要点导入案例第一节 消费者的气质一、气质的定义及特征二、气质学说与气质类型三、消费者的气质在购买中的表现第二节 消费者的性格一、性格的概念二、性格的特征三、性格的类型四、消费者的性格在购买中的表现第三节 消费者能力一、消费者能力的定义二、消费者能力的种类三、能力发展的个体差异四、能力对消费者购买活动的影响个案分析关键名词讨论与思考第四章 消费者购买决策行为学习要点导入案例第一节 消费者的需要与购买动机一、消费者的需要二、消费者的购买动机第二节 消费者的购买决策一、消费者购买决策概述二、消费者购买决策过程三、风险知觉与消费决策第三节 消费者购买行为一、消费者购买行为的含义二、消费者购买行为的过程及影响因素三、购买后行为个案分析关键名词讨论与思考第五章 社会文化与消费心理学习要点导入案例第一节 社会文化对消费行为的影响一、文化、亚文化及社会文化概述二、文化、亚文化对消费者行为的影响第二节 消费流行与消费心理一、消费流行的概念二、消费流行的发展趋势三、消费流行的影响因素四、消费流行的分类五、消费流行的周期六、消费流行对消费心理的影响第三节 消费习俗与消费心理一、消费习俗概述二、消费习俗的分类三、影响消费习俗的因素四、消费习俗对消费者心理的影响个案分析关键名词讨论与思考第六章 消费群体与消费心理学习要点导入案例第一节 消费群体概述一、消费群体的概念与分类二、消费群体对消费心理的影响第二节 不同消费群体的消费心理特征一、不同年龄消费群体的消费心理特征二、不同性别消费群体的消费心理特征第三节 相关团体的消费心理影响一、消费群体规范与消费行为二、影响相关团体消费的因素三、相关团体在市场营销中的作用个案分析关键名词讨论与思考第七章 商品因素与消费心理学习要点导入案例第一节 商品名称与消费心理一、商品命名二、商品名称与商标的功能第二节 商品设计与消费心理一、消费者对商品的心理要求二、新商品设计的心理策略三、消费者对新商品的购买分析第三节 商品包装心理一、商品包装的含义二、商品包装的心理功能三、包装设计的心理要求四、包装设计的心理策略个案分析关键名词讨论与思考第八章 商业广告与消费心理学习要点导入案例第一节 商业广告一、商业广告的含义二、商业广告的功能三、商业广告遵循的原则第二节 商业广告的创意策略一、广告创意过程二、广告诉求的心理策略第三节 商品广告的传播策略一、商业广告媒体选择的影响因素二、商业广告心理效果的测定个案分析关键名词讨论与思考第九章 商品价格与消费心理学习要点导入案例第一节 商品价格一、商品价格的概念二、需求价格弹性三、商品价格的功能第二节 消费者的价格心理一、消费者的价格心理特征二、价格变动对消费者的心理和行为的影响三、消费者心理中的价格阈限第三节 价格策略与消费心理一、商品定价策略二、商品调价的心理策略个案分析关键名词讨论与思考第十章 市场因素与消费心理学习要点导入案例第一节 营业环境一、购物环境概述二、购物环境的作用第二节 购物环境与消费心理一、购物外部环境与消费心理二、购物内部环境与消费心理第三节 营销服务与消费心理一、营销人员仪表与消费心理二、营销人员与消费者购买心理的沟通三、营销人员与消费者关系的协调个案分析关键名词讨论与思考第十一章 消费心理的新发展学习要点导入案例第一节 电子商务与消费心理一、电子商务中消费心理的变化趋势和特征二、制约电子商务发展的心理因素分析三、电子商务中的消费心理策略第二节 绿色消费与消费心理一、绿色消费二、影响绿色消费行为的因素三、绿色消费的心理策略第三节 消费者权益保护一、消费者权益二、消费者心理保护个案分析关键名词讨论与思考参考文献

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>