第一图书网, tushu007.com

<<消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787121018541

10位ISBN编号：7121018543

出版时间：2006-1

出版时间：电子工业出版社

作者：迈克尔·R·所罗门

页数：609

译者：卢泰宏

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

内容概要

在全球著名学者迈克尔·R·所罗门教授的代表作《消费者行为学》（第6版）的基础上，营销学权威卢泰宏教授在尊重并保留原著精髓及篇章结构的前提下，针对中国读者的需要，对原著进行了适当的删减，增加了具有中国特色的专论、案例、基本概念等内容的本地化延伸，是一本国际版与中国相结合的国际本土版。
本书结构独特，从五个角度（市场、个体、决策者、亚文化和文化）逐层剖析消费者行为，突出了多学科的综合性的消费者研究，凸现了全球视野下的中国特色，论述了数字式的消费者行为——虚拟社区，探讨了消费者行为案例与新现象，强调了营销的重要性。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

迈克尔·R·所罗门，美国奥本大学人类科学学院消费者研究系教授，行为科学/时尚文献中被引用最广的前15位学者之一，广告和营销沟通领域10多个最多产的研究者之一。
他的研究得到了美国广告学院、美国营销协会、美国农业部和美国商务部的好评与资助。

卢泰宏中国中山大学

书籍目录

第1篇 市场中的消费者 第1章 消费者行为学导论 1.1 消费者行为学：市场中的人们 1.2 消费者对营销策略的影响 1.3 营销对消费者的影响 1.4 营销道德与公共政策 1.5 作为研究领域的消费行为学第2篇 作为个体的消费者 第2章 知觉 2.1 感觉系统 2.2 暴露 2.3 注意 第3章 学习与记忆 3.1 行为主义学习理论 3.2 认知学习理论 3.3 记忆在学习中的作用 第4章 动机与价值观 4.1 动机的过程 4.2 动机的强度 4.3 动机的方向 4.4 消费者需要的分类 4.5 消费者介入 4.6 价值观 第5章 自我 5.1 关于自我的观念 5.2 消费与自我概念 5.3 性别角色 5.4 形体意象 第6章 个性与生活方式 第7章 态度 第8章 态度改变与互动传播第3篇 作为决策者的消费者 第9章 个体决策 第10章 购买与处置 第11章 群体影响及意见领袖 第12章 组织决策与家庭决策第4篇 消费者与亚文化 第13章 收入和社会阶层 第14章 区域亚文化群体 第15章 年龄亚文化第5篇 消费者与文化 第16章 文化对消费者行为的影响 第17章 全球消费者文化的创造和传播索引 中国专论与中国消费者行为案例术语表

章节摘录

全球性营销的兴起意味着，即使是小公司也在寻求海外扩张的机会--这就增加了了解其他国家消费者与本国消费者异同点的压力。
例如在餐饮业中，沙客（Shakev）比萨店在菲律宾正陕速发展，而国际连锁薄饼屋（International House of Pancakes）的产品则在东京热销。
但有时菜单需要修改以迎合当地人的口味：史洛斯基（Schlotzkys）公司在马来西亚供应脆熏“童子”山鸡，而在泰国Bobs Big Boy里的用餐者则抢购滚着“异国风味面包屑”油炸的热带虾。
本书会对这种文化同质性的好坏两方面给予特别关注。
毫无疑问，数字革命是影响消费者行为最重大的事件之一，而且随着全世界联网人数的日益增长，网络的影响力会继续扩大。
2001年美国已有58%的人联网，在一些欧洲国家这一比例甚至更高，如荷兰（61%）和瑞士（60%）。
我们中有许多人喜爱上网冲浪，难以想象我们日常生活中没有电子邮件、MP3或掌上电脑的情景。
据Forrester研究公司预测，到2004年，单是美国消费者每年就会在网络上花费1840亿美元（占全部零售总额的7%），也就是每个家庭近4000美元，那可是能买大量CD和毛衣的。
电子营销打破了许多时间和地域障碍，从而提高了便利性。
你足不出户却能一天24小时购物，你不用冒雨取报淋湿便能读到当天的报纸，而且你也不用等到下午6点的新闻才能知道明天的天气--无论是当地的还是全球的。
而随着手提设备和无线通信的日益普及，你也可以得到同样的信息--从股票报价到天气预报--即使你不在电脑旁。
而且，并不是只有企业对消费者（B2C）的商务，网络空间的爆破性发展也开创了消费者对消费者（C2C）商务的革命。
正如电子消费者购物时不局限于当地的零售店一样，他们寻找朋友时也不会限于当地社区。
想象一下一小群本地人每月在当地餐馆聚会一次，喝着咖啡，讨论他们的共同爱好。
现在这一群体可以扩大几千倍，包括来自世界各地的人们，他们通过对体育大事、芭比娃娃、哈雷一戴维森机车、冰箱磁贴、在SimsOnlin。
上建立虚拟社区（还可以为你的角色提供现实中的产品，如有Pentium 4芯片的电脑或麦当劳的炸鸡）的共同热情而联合到一起。
欢迎来到虚拟品牌社区的新世界。

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