

<<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：9787122042583

10位ISBN编号：7122042588

出版时间：2009-3

出版时间：化学工业出版社

作者：梁青山 主编

页数：186

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>

<<消费者行为学>>

内容概要

本书实施案例教学和项目教学相结合的架构，把经典的消费者行为理论、影响消费者行为的因素和案例分为四个项目，通过“案例介绍”、“案例分析”、“思考·讨论·训练”，由案例引出相应的理论，使学生在老师引导下完成学习任务，激发学生的学习兴趣，并结合“实训”中的“案例分析”和“技能训练”，对学生进行进一步的训练，巩固所学知识。

本书定位明确、内容实用、形式创新、难易适度，既可作为高职高专院校经济类、管理类各专业的教材，也可作为各企事业单位的培训教材。

<<消费者行为学>>

书籍目录

项目1 消费者行为与消费者心理 模块1 消费者行为 模块2 消费者心理项目2 影响消费者行为的外部因素 模块3 影响消费者行为的社会文化因素 模块4 影响消费者行为的亚文化因素 模块5 影响消费者行为的人口统计因素 模块6 影响消费者行为的社会阶层因素 模块7 影响消费者行为的参照群体因素 模块8 影响消费者行为的家庭因素 模块9 影响消费者行为的市场营销因素项目3 影响消费者行为的内部因素 模块10 影响消费者行为的知觉因素 模块11 影响消费者行为的记忆因素 模块12 影响消费者行为的情绪因素 模块13 影响消费者行为的动机因素 模块14 影响消费者行为的态度因素 模块15 影响消费者行为的个性因素 模块16 自我概念和生活方式项目4 消费者决策过程 模块17 影响消费者行为的情境因素 模块18 问题认知过程 模块19 信息搜集过程 模块20 购买评价与选择过程 模块21 店铺选择与购买过程 模块22 购后过程 模块23 消费者权益与责任参考文献

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>