

<<现代消费行为学>>

图书基本信息

书名：<<现代消费行为学>>

13位ISBN编号：9787301224083

10位ISBN编号：7301224087

出版时间：2013-4

出版时间：北京大学出版社

作者：陆剑清

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>

<<现代消费行为学>>

内容概要

《市场心理与行为决策系列丛书：现代消费行为学》的具体内容包括：第一章“现代消费行为学导论”、第二章“消费需要与市场定位”、第三章“消费认知与顾客满意”、第四章“消费态度与维系顾客”、第五章“消费人格与品牌形象”、第六章“消费学习与广告促销”、第七章“消费决策与购买行为”、第八章“消费文化与营销传播”。

《市场心理与行为决策系列丛书：现代消费行为学》理论严谨、文献翔实、分析透彻、案例生动，是一部既好看更耐读的著作，在保证学术严谨性与规范性的同时，真正达到了“专业性与趣味性相融合，学术性与可读性相统一”。

因此，《市场心理与行为决策系列丛书：现代消费行为学》既可作为高等院校的特色课程教材，又可作为营销实务操作的指导与培训手册，更可作为新兴学科知识的普及读本，从而有效满足社会各层次读者的广泛需求。

<<现代消费行为学>>

作者简介

陆剑清，心理学博士，华东师范大学金融学系副教授，硕士生导师，国家职业经理人大纲起草人，上海市管理心理学会副会长。

已出版《投资者行为学》、《现代营销心理学》、《行为金融学》、《现代投资心理学》、《行为营销学》、《投资心理学》、《市场营销心理学》、《金融营销管理》、《市场营销理论与实务》等著作，其中《投资心理学》的繁体字版已于2002年在海外出版发行。

此外，还承担了国家级、省部级科研项目以及国有大型企业咨询课题五项，并在CSSCI等各类学术期刊上已发表中英文论文五十多篇。

<<现代消费行为学>>

书籍目录

第一章 现代消费行为学导论
第二章 消费需要与市场定位
第三章 消费认知与顾客满意
第四章 消费态度与顾客维系
第五章 消费人格与品牌形象
第六章 消费学习与广告促销
第七章 消费决策与购买行为
第八章 消费文化与营销传播
参考文献

<<现代消费行为学>>

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>