

<<消费者心理与行为>>

图书基本信息

书名：<<消费者心理与行为>>

13位ISBN编号：9787302267812

10位ISBN编号：7302267812

出版时间：2012-1

出版时间：清华大学

作者：于惠川//林莉

页数：349

字数：484000

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>

<<消费者心理与行为>>

内容概要

本书分为四部分：第一部分介绍了研究消费者心理与行为的背景知识和方法；第二部分说明了作为个体消费者的心理与行为特点；第三部分阐述了群体和社会文化环境对消费者心理与行为的影响；第四部分讨论了营销同消费者心理与行为的相互作用。

本书可作为普通高校市场营销专业、工商管理专业教材。

此外，本书对于从事消费者心理与行为研究的研究人员，营销行业的有关工作人员及企业管理人员也有一定的实用价值。

<<消费者心理与行为>>

作者简介

于惠川教授，硕士生导师。
现任辽宁石油化工大学党委宣传统战部部长。
具有30年教学经验，主要讲授消费者行为学、市场营销学，公共关系学、企业管理等课程。

<<消费者心理与行为>>

书籍目录

第1章 消费者心理学与消费者行为学基本知识

学习目标

引导案例

1.1 消费者心理学的基础知识

1.1.1 消费的相关概念

1.1.2 心理及心理学的概念

1.1.3 消费者心理与消费者心理学的概念

1.2 消费者行为学的基础知识

1.2.1 消费者行为与消费者行为学的概念

1.2.2 消费者购买行为与决策过程

1.2.3 消费者介入度

本章小结

思考题

案例分析

课后阅读

第2章 消费者心理与行为学研究

学习目标

引导案例

2.1 消费者心理与行为学的概念

2.2 消费者心理与行为学的研究对象与内容

2.2.1 消费者心理与行为学的研究对象

2.2.2 消费者心理与行为学的研究内容

2.3 消费者心理与行为学研究的基本原则和现实意义

.....

第3章 消费者的心理活动过程

第4章 消费者的个性心理与行为

第5章 需求和消费者心理与行为

第6章 群体和消费者心理与行为

第7章 社会文化和消费心理与行为

第8章 商品因素和消费者心理与行为

第9章 价格和消费者心理与行为

第10章 购物环境和消费者心理与行为

第11章 促销和消费者心理与行为

第12章 其他营销和消费者心理与行为

参考文献

<<消费者心理与行为>>

章节摘录

版权页：插图：心理是人脑的机能，是人脑对客观物质世界的主观反映，即所有心理活动都是人脑的高级机能的表现；所有心理活动的内容都来源于外界，是客观事物在人脑中的主观反映。

心理受客观世界的制约，又对客观世界起着反作用。

人的心理具有主观能动性，不仅在人的社会生活实践中，而且在辩证唯物主义和历史唯物主义指导下的心理科学研究和应用中也证明了人的心理不仅能够认识客观世界、认识自己，而且能够改造客观世界、改变自己，使事物朝着理想的方向发展。

例如，当商场里的某一种食品半价销售时，A会认为这种商品要过期了而不予考虑，这种心理活动是源于A以前对于食品半价销售的某种认识；但当B看到食品半价销售时，会认为是自己走运遇到了商家的促销活动，马上便会上前一看究竟。

那是因为食品半价销售这个客观存在的事情，让每个人对它的主观反映不同。

当A偶然发现某种半价销售的食品是刚刚生产的合格产品后可能会改变认识，再看到食品半价销售时会先看清楚生产日期再决定是否购买。

人的心理过程按其性质不同可分为三个方面，即认识过程、情感过程和意志过程。

认识过程是指人们对外界事物的认识要通过感觉、知觉、记忆、联想和思维等心理过程来完成。

情感过程是指人们在认识客观事物的过程中表现出一定的态度和主观体验，如愉快、满意、厌恶、不满意等情绪。

意志过程是指人们确定目的，支配和调节自己的活动，以达到预期目的的心理活动。

2.心理学心理学（psychology）是研究心理现象发生、发展和活动规律的一门科学。

科学的心理学不仅对心理现象进行描述，更重要的是对心理现象进行说明，以揭示其发生发展的规律。

“心理学”一词来源于希腊文，意思是关于灵魂的科学。

人类对自身心理现象的探究，从有人类文明史以来就开始了。

两千多年前，我国思想家孔子、孟子的著作中，已蕴涵着丰富的心理思想；古希腊学者亚里士多德的《灵魂论》一书，是人类文明史上有关心理现象研究的专著。

从亚里士多德起，心理现象大多是由哲学家作为哲学问题加以研究。

直到1825年，德国哲学家、教育学家赫尔巴特才在《作为科学的心理学》一书中首次提出了心理学是一门科学的观点。

由于心理学是从哲学中分离出来的一门独立的科学，心理学的许多重大问题都受哲学思想的影响。

<<消费者心理与行为>>

编辑推荐

《消费者心理与行为》是B&E营销学系列之一。

<<消费者心理与行为>>

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>