

<<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：9787302289807

10位ISBN编号：7302289808

出版时间：2012-8

出版时间：清华大学出版社

作者：张香兰 编

页数：363

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

《21世纪普通高等院校实用规划教材·经济管理系列：消费者行为学》站在市场营销和管理视角，以普通心理学、社会心理学、社会学、人类文化学等相关学科理论为基础，以消费者行为活动为研究对象，以影响消费者决策过程的两个方面为路径进行分析讨论。

系统分析和研究消费者的需要与动机、感知过程、学习和记忆、态度形成与改变、个性心理特征、自我概念与生活方式等，以此揭示消费者行为的主要特征和一般规律。

在此基础上，进一步分析社会环境、购物环境、产品因素、价格因素、广告因素等对消费者行为的影响。

本书力求完整系统，注重务实求新，强调理论联系实际。

本书特色是在每章中间都开设“小案例”、“小链接”、“小知识”窗口，帮助理解和学习。

在章后均附有大量自测题、本土案例和讨论题，增加教材的实用性和时代性。

本书适合作为高等院校市场营销、经济管理等相关专业的教材，也可供企业管理和市场营销人员学习。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第一章 营销视角的消费者行为第一节 对消费者行为的理解一、消费者行为概述二、消费者行为的一般特征三、消费者行为的发展趋势第二节 研究消费者行为的意义一、消费者行为研究是营销策略的基础二、消费者行为反应是营销成败的关键第三节 消费者行为的学科来源和解释模型一、消费者行为的学科来源二、消费者行为的解释模型第四节 消费者行为的研究方法一、调查法二、观察法三、实验法四、投射法本章小结自测题案例第二章 消费者的购买决策第一节 消费者购买决策概述一、消费者购买决策的模式二、消费者购买决策的影响因素三、消费者购买决策类型四、消费者购买决策的原则第二节 消费者购买决策的过程一、确认需要二、收集信息三、评估选择四、做出购买决策五、买后感受第三节 家庭购买决策一、家庭生命周期与家庭购买决策参与角色二、家庭购买决策的方式三、家庭购买决策的过程四、影响家庭购买决策的因素五、家庭购买决策中的冲突解决及营销对策本章小结自测题案例第三章 消费者的需要和动机第一节 消费者的需要一、需要概述二、需要的特征及发展趋势第二节 消费者的购买动机一、动机概述二、消费者购买动机类型第三节 购买动机的挖掘、冲突和诱导一、购买动机的挖掘二、购买动机的冲突三、购买动机的诱导本章小结自测题案例第四章 消费者的感知过程第一节 消费者的感觉和知觉一、消费者的感觉二、消费者的知觉第二节 消费者的知觉过程一、刺激物的展露二、对刺激物的注意三、对刺激物的理解第三节 消费者的知觉风险一、知觉风险的含义和分类二、影响知觉风险的因素三、知觉风险的差异和未来趋势四、降低知觉风险的途径本章小结自测题案例第五章 消费者的学习和记忆第一节 消费者学习概述一、消费者学习的含义二、消费者学习的一般特征三、消费者学习的途径和方法第二节 学习理论的营销应用一、经典性条件反射理论二、操作性条件反射理论三、认知学习理论四、社会学习理论第三节 消费者的记忆和遗忘一、消费者的记忆系统二、遗忘及其影响因素本章小结自测题案例第六章 消费者态度形成和改变第一节 消费者态度概述一、态度的含义及特性二、消费者态度的功能三、消费者态度的构成第二节 消费者态度与行为的关系一、消费者态度对购买行为的影响二、购买行为与态度不一致的影响因素三、合理行为理论第三节 消费者态度的测量一、瑟斯顿等距测量法二、李克特态度量表法三、语意差别量表法四、行为反应测量法第四节 消费者态度的形成与改变一、消费者态度的形成二、消费者态度的改变本章小结自测题案例第七章 消费者个性心理特征第一节 个性概述一、个性的含义和结构二、有关个性理论三、个性与消费者行为第二节 气质与消费者行为一、气质的概述二、气质与消费行为第三节 性格与消费者行为一、性格的概述二、性格理论与类型三、性格与消费行为.....第八章 消费者的自我概念与生活方式第九章 社会因素与消费者行为第十章 购物环境与消费者行为第十一章 产品因素与消费者行为第十二章 价格因素与消费者行为第十三章 广告因素与消费者行为参考文献

编辑推荐

丛书特色 先进性与基础性相统一注重用科学的观点和行业规范策划、组织教材，突出重点和难点，精选基础、核心的内容。

教材建设与教学改革相统一跟踪学科最新发展动态，考虑专业内容的更新，关注并体现教改的内容变化。

综合性与针对性相统一不仅讲解知识，还针对专业领域应用的迫切需要，提供了与理论相结合的应用实例。

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>