第一图书网, tushu007.com

<<现代消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<现代消费心理学>>

13位ISBN编号：9787308037709

10位ISBN编号：7308037703

出版时间：2004-7

出版时间：浙江大学

作者：朱惠文 编

页数：280

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

《高职高专规划教材：现代消费心理学（第2版）》阐述了消费心理学的基本原理，并根据我国消费者消费心理的新变化和当代消费心理学理论研究的最新成果，融入了若干新的内容，在理论和实践的结合上，来阐释各种消费行为的心理特征与规律。
《高职高专规划教材：现代消费心理学（第2版）》共十二章，前两章着重研究消费心理学的一般规律；第三章至第七章是以消费者为主体的相关分析；第八章至第十章是以营销环境为主体的相关分析；第十一、十二、十三章是对新兴消费领域与营销方式上的消费心理的相关分析。
针对高职高专培养目标的课程要求，《高职高专规划教材：现代消费心理学（第2版）》既有深入浅出的理论分析，又有具体生动的案例讨论，融理论性、实用性与操作性于一体。
按照教学规律有选择地吸收国内外学术界、工商企业界的研究与实践成果及丰富经验，使本教材内容突出“宽、新、实”的特点，并符合中国国情。

<<现代消费心理学>>

书籍目录

第一章 绪论一、消费心理学的研究对象二、研究消费心理学的意义三、研究消费心理学的原则与方法第二章 心理现象实质与消费者心理活动过程一、心理现象实质二、消费者心理活动过程第三章 消费者的个性心理特征一、个性的概念及其特征二、消费者性格与行为三、消费者的能力与行为第四章 消费者的消费需要与购买动机一、消费者需要的特性与形态二、消费者需要的种类与基本内容三、现代消费者需要的发展趋向四、消费者的购买动机第五章 消费者的态度与特殊心理反应一、消费者态度的构成与功能二、消费者态度的形成与改变三、消费者的特殊心理表现四、预期心理与消费者信心　第六章 消费者购买行为与决策一、消费者行为的一般模式二、消费者购买行为过程与类型三、消费者购买决策四、消费者行为的效用评价第七章 消费者群体的心理与行动一、消费群体的形成与细分二、主要消费者群体的心理与行为特征三、消费习俗与消费流行四、网络消费心理分析第八章 影响消费者心理的因素一、社会环境因素二、商品因素三、价格因素第九章 商业广告与消费心理一、商业广告的心理功能二、广告媒体的心理策略三、广告心理效果测定第十章 商品销售与消费者心理一、销售环境与消费者心理二、销售服务与消费者购买心理三、销售人员与消费者心理互动第十一章 绿色消费心理与行为一、绿色消费的兴起二、绿色消费者的心理与行为特征三、绿色产品的开发和消费第十二章 顾客满意战略与消费心理第十三章 现代中国社会消费心理与行为参考书目

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