

<<消费者行为分析>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为分析>>

13位ISBN编号：9787501785612

10位ISBN编号：7501785619

出版时间：1970-1

出版时间：中国经济出版社

作者：平建恒，王惠琴 著

页数：183

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>

<<消费者行为分析>>

内容概要

《十一五高职高专财经管理类规划教材：消费者行为分析》按照消费者购买决策的过程及其内外影响因素这一主线展开，将介绍个人或群体选择、购买、使用或处置产品、服务以满足自身愿望与需求的过程，包括微观层面和宏观层面的分析，涉及消费者购买决策的类型及过程、消费者的需求与动机，消费者的个性、自我概念与生活形态，消费者的知觉、情感、态度与学习，文化、亚文化与社会阶层，家庭、参考群体与意见领袖、营销策略与消费者行为等主要内容。

<<消费者行为分析>>

书籍目录

第一章 消费者行为概述第一节 消费者行为的概念第二节 消费者行为的理论体系第三节 消费者行为研究中的道德和法律第二章 消费者购买决策第一节 购买决策的含义、参与者及内容第二节 消费者购买决策类型第三节 影响消费者购买决策的因素第四节 消费者购买决策过程第三章 消费者信息处理第一节 感知与消费刺激第二节 消费者注意与记忆第三节 消费者想象与联想第四节 学习和消费经验第五节 消费者的情绪与意志第四章 消费者需要、动机与态度第一节 消费者需要的特性和分类第二节 消费者购买动机第三节 消费者态度与消费者行为第五章 消费者个性、自我概念与生活形态方式第一节 消费者个性第二节 消费者气质、性格、能力与消费者行为第三节 消费者自我概念与生活方式第六章 消费群体与消费行为第一节 参照群体第二节 家庭第三节 社会阶层第七章 情境与消费者行为第一节 情境影响的性质第二节 购物环境与消费者行为第八章 社会文化与消费者行为第一节 文化对消费者行为的影响第二节 消费者与亚文化第三节 消费文化与比较文化第九章 营销策略与消费者行为第一节 产品策略与消费者行为第二节 价格策略的心理效应第三节 服务策略与消费者行为第四节 广告与消费者行为第十章 消费者体验与消费者满意第一节 消费者体验第二节 消费者满意与抱怨第三节 消费者忠诚

<<消费者行为分析>>

编辑推荐

《十一五高职高专财经管理类规划教材：消费者行为分析》内容深入浅出、通俗易懂，并运用理论与实务相结合的方式，每章安排了案例讨论等，希望能够满足高职高专市场营销专业的教学需求。

<<消费者行为分析>>

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>