

<<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：9787504740151

10位ISBN编号：7504740152

出版时间：2012-1

出版时间：中国物资出版社

作者：王文华

页数：271

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

本书共分为四个模块，模块一，认识消费者行为过程，主要内容是：了解消费者行为、分析消费者行为的决策过程、分析消费者的购后行为。

模块二，分析影响消费者行为的个体因素，主要内容是：分析消费者购买动机、分析消费者知觉、分析消费者学习、消费者态度的研究、分析消费者个性。

模块三，分析影响消费者行为的社会因素，主要内容是：分析社会文化对消费者行为的影响、社会阶层对消费者行为的关系、分析参照群体对消费者行为的影响、分析家庭对消费者行为的影响、分析流行对消费者行为的影响、分析情境对消费者行为的影响。

模块四，分析影响消费者行为的营销因素，主要内容是：分析产品对消费者行为的影响、分析价格对消费者行为的影响、分析广告对消费者行为的影响。

本教材每一模块又分为若干个任务，按“学习任务”“情景案例”“知识体系(其中，又插入小贴士及小案例)”“任务实训”“复习思考”“案例分析”体系来编写，深入浅出地阐述了“是什么”“做什么”“怎么做”及“如何做好”等最重要也是最基本的消费者行为分析内容。

通过“情景案例”让学生在自学、争辩和讨论的氛围中完成学习任务，并通过“任务实训”“复习思考”“案例分析”对学生进一步加强训练。

教师担当了启迪、引导及教练的角色，主要作强调学习任务、介绍背景、概括性总结内容，绝大部分时间和内容交由学生自己主动地完成，让他们获得一个具有实际工作意义的学习效果。

本教材语言简洁通俗、突出重点，既宜于课堂教学，也适于学生自学阅读。

教材中所举案例力求贴切新颖，具有较强的参照性。

<<消费者行为学>>

书籍目录

模块一认识消费者行为过程

任务一了解消费者行为

- 一、消费者行为的概念与特点
- 二、研究消费者行为的意义
- 三、消费者行为学的演进及发展
- 四、消费者行为学研究的任务及方法

任务二分析消费者行为的决策过程

- 一、消费者决策的含义和内容
- 二、确认问题
- 三、搜集信息
- 四、方案评价与选择
- 五、购买决策
- 六、消费者决策类型

任务三分析消费者的购后行为

- 一、购后冲突
- 二、产品的使用与闲置
- 三、产品与包装处置
- 四、消费者的满意与不满意
- 五、重复购买与品牌忠诚

模块二分析影响消费者行为的个体因素

任务一分析消费者购买动机

- 一、消费者需要
- 二、消费者购买动机
- 三、消费者需要、购买动机与行为之间的关系
- 四、针对不同消费者购买动机的营销策略

任务二分析消费者知觉

- 一、消费者知觉
- 二、针对消费者知觉的营销策略

.....

模块三 分析影响消费者行为的社会因素

模块四 分析影响消费者行为的营销因素

参考文献

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>