

<<营销心理学>>

图书基本信息

书名：<<营销心理学>>

13位ISBN编号：9787542930286

10位ISBN编号：7542930281

出版时间：2011-9

出版时间：立信会计出版社

作者：连淑芳

页数：212

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>

## &lt;&lt;营销心理学&gt;&gt;

## 内容概要

营销心理学是一门相关专业重要的基础课程。

本书自2008年1月问世以来，受到兄弟院校同仁们的厚爱和学生们的充分肯定，已有多所高校采用本书作为授课教材或者教学参考书。

本书获得2011年上海政法学院院级教学成果三等奖。

本书的修订，是基于编者在长期教学中工作经验的总结和读者的反馈意见，主要对书中的案例进行大面积更新，对读者掌握本学科的知识将有很大帮助。

营销心理学产生于20世纪60年代的美国。

心理学与市场营销学相互交叉，形成了这门边缘科学。

自从营销心理学理论体系建立以来，其发展一直紧跟着时代的步伐，不断地有所创新。

本书针对人类进入21世纪后，各行各业都面临的全球化、数字化、网络化等问题，着眼于我国在新形势下的种种新需求，对整个营销过程中的所有参与者和其他要素的心理与行为产生、发展和变化的规律进行了全面、深入和细致的探讨和研究，即研究市场营销的对象——消费者的个体心理活动和社会心理活动；研究市场营销的主体——营销群体的心理、营销人员的心理保健；研究市场营销客体的各个方面——商品广告心理、商品商标和包装以及价格心理、新产品设计与营销心理。

本书从心理学角度为相关学科的学生深入研究市场现象提供了探索空间，是有志者在市场大潮中冲浪的得力助手。

全书共分成十二章，每章都有一条清晰的脉络。

作为一本阐述市场营销心理学的教材，体例独具特色，每一章严格按照“典型例子—本章引言—基本理论—要点重述—关键术语—问题思考”的思路编写；从篇首“典型例子”开始热身，通过“本章引言”来引导，再经过“基本理论”的层层分析，一直到引出“要点重述”、“关键术语”和“问题思考”等各个专题。

因而本书特色鲜明，既突出理论的连贯性和严密性，同时又兼顾学科特殊的实践性和应用性，以鲜活的案例启发思考，自然引出学科理论，再将所学理论应用于问题思考，从而寓教于乐，学以致用，引发读者从各个层面上思考营销的实践问题。

## <<营销心理学>>

### 书籍目录

- 1 营销心理学导论
    - 典型例子上帝咬过的“苹果”魅力大
    - 本章引言
    - 基本理论
      - 1.1 营销心理学是一门独立的学科
        - 1.1.1 心理学对心理实质的科学探索
        - 1.1.2 营销心理学是心理学的一个分支
      - 1.2 营销心理学的发展历史
        - 1.2.1 营销心理学研究的起因
        - 1.2.2 营销心理学研究的历史回顾
      - 1.3 营销心理学的学习和研究意义
        - 1.3.1 营销心理学有助于营销者提高经营决策水平
        - 1.3.2 营销心理学有助于企业更好地开拓国内外市场
        - 1.3.3 营销心理学有助于企业提高服务水平
        - 1.3.4 营销心理学有助于消费者提高消费决策水平
      - 1.4 营销心理学的研究原则和方法
        - 1.4.1 营销心理学的研究原则
        - 1.4.2 营销心理学的研究方法
    - 要点重述
    - 关键术语
    - 问题思考
  - 2 消费者市场细分心理
    - 典型例子充满动感与激情的宝来Sportline
    - 本章引言
    - 基本理论
    - .....
  - 3 消费者的个体心理活动
  - 4 消费者的社会心理活动
  - 5 商品广告心理
  - 6 新产品设计与销售心理
  - 7 商品商标、包装和价格心理
  - 8 营销环境与消费心理
  - 9 营销服务心理
  - 10 营销人员的个体心理
  - 11 营销群体心理
  - 12 营销人员的心理保健
- 主要参考文献

#### 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>