第一图书网, tushu007.com

<<营销心理学>>

图书基本信息

书名：<<营销心理学>>

13位ISBN编号：9787544242950

10位ISBN编号：7544242951

出版时间：2009-02-01

出版时间：南海出版公司

作者：教育部商业职业教育教学指导委员会，王丽丽 编

页数：246

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

进入21世纪以来，消费者的个性化消费趋势日渐凸现。
面临越来越激烈的市场竞争，渴望立于不败之地的企业，在市场营销活动中必须迎合消费者的心理需要。
作为市场营销活动的交易双方，企业为消费者提供商品和服务，并希望促成交易的实现；消费者在市场上选择商品和服务，希望商品和服务能够满足自己与家庭的消费需要。
因此，企业和企业营销人员要想实现交易，必须树立以消费者为中心的营销观念，掌握消费者的心理状态，因为它是影响和决定消费者购买行为的关键因素，直接决定着消费者的选择方向。
准确地把握消费者的需要是企业市场营销活动中的重要工作，企业和企业营销人员应该在了解和掌控消费者心理的基础上开展营销活动。
只有这样，才能真正站在消费者的立场考虑问题，理解消费者的消费心理和行为，引导与左右消费者的消费行为方式，从而取得最佳营销效果。
营销心理学是研究营销过程中消费者一般心理现象和心理规律的科学。
它是普通心理学和市场营销学知识的有机结合，是在市场营销活动中运用心理学的理论与知识来了解消费者的心理活动过程和个性心理特征，并在此基础上充分了解消费者的心理与行为，实现与消费者的有效沟通，引导与改变消费者的消费观念和消费行为，获得消费者的忠诚，保持与消费者之间长期、稳固和密切的联系。
《21世纪职业持术教育规划教材：营销心理学》与其他同类教材的不同之处在于，《21世纪职业持术教育规划教材：营销心理学》是从营销心理的应用角度出发，全面系统地介绍了开展营销活动的相关方法与消费者心理的联系，同时又兼顾了营销人员的实施策略。
通过对营销心理学的诠释，帮助学生了解营销心理学的一般理论知识和具体应用方法，使其在实际工作中能够根据具体情况，选择适宜的工作方法和解决问题的方案。

<<营销心理学>>

书籍目录

第一章 营销心理学基本理论第一节 营销心理学的研究对象第二节 消费者的心理活动过程第三节 消费者的个性心理特征本章小结知识练习技能训练第二章 消费者的态度及特殊心理第一节 消费者的态度形成与改变第二节 消费者的特殊心理本章小结知识练习技能训练第三章 消费者的需要与动机第一节 消费者的需要第二节 消费者的动机本章小结知识练习技能训练第四章 消费者购买决策与行为第一节 消费者购买决策第二节 消费者购买行为第三节 不同类型消费者购买心理与行为本章小结知识练习技能训练第五章 社会因素与营销心理第一节 社会文化与营销心理第二节 参照群体与营销心理第三节 家庭与营销心理本章小结知识练习技能训练第六章 环境因素与营销心理第一节 商店布局与营销心理第二节 购物环境与营销心理本章小结知识练习技能训练第七章 市场因素与营销心理第一节 市场细分的心理因素第二节 市场定位与营销心理本章小结知识练习技能训练第八章 营销因素与营销心理第一节 价格与营销心理第二节 商品名称、商标、包装与营销心理第三节 广告与营销心理本章小结知识练习技能训练第九章 营销服务心理第一节 营销服务的心理效应第二节 营销人员的服务技巧第三节 消费者投诉的处理本章小结知识练习技能训练各章知识练习与技能训练参考答案与提示参考文献

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