

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787561136669

10位ISBN编号：7561136668

出版时间：2007-7

出版时间：大连理工大

作者：刘志友

页数：184

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>

<<消费心理学>>

内容概要

伴随着中国市场经济快速发展的步伐，国内外工商企业在中国市场的竞争也愈来愈激烈。大多数商品供过于求的竞争局面促使企业更加重视对消费者心理的研究，以开展有效的市场营销活动。

为满足高职高专院校培养实用型市场营销人员的教学需要，新世纪高职高专教材编委会组织多所高职高专院校的资深教师编写了市场营销类规划教材。

《消费心理学》就是这套教材中的一本。

本教材根据当代消费者心理与行为研究的主要内容和最新发展趋势来编写，较好地适应了高职高专教学课时少、实用性和针对性强的特殊要求。

<<消费心理学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 消费心理学的研究对象第二节 消费心理学的发展过程第三节 消费心理学的研究方法第二章 消费者的一般心理过程第一节 消费者的认识过程第二节 消费者的情感过程第三节 消费者的意志过程第三章 消费者的个性心理特征第一节 消费者的气质第二节 消费者的性格第三节 消费者的能力第四章 消费者的需要与动机第一节 消费者的需要第二节 消费者的购买动机第三节 消费者购买动机理论研究第五章 消费者购买决策第一节 消费者购买决策概述第二节 消费者购买决策过程第三节 消费者的方案评价第四节 效用理论与消费者购买决策第六章 消费者购买行为第一节 消费者购买行为概述第二节 消费者购买行为类型第三节 消费者年龄与购买行为第四节 消费者性别与购买行为第七章 社会因素与消费心理第一节 政治、经济与消费心理第二节 文化与消费心理第三节 消费习俗与消费心理第四节 消费流行与消费心理第八章 群体与消费心理第一节 群体与消费心理第二节 社会阶层与消费心理第三节 家庭与消费心理第九章 品牌、包装与消费心理第一节 商品品牌概述第二节 商品品牌与消费心理第三节 商品包装与消费心理第十章 商品价格与消费心理第一节 消费者价格心理第二节 商品定价和商品调价的心理策略第十一章 广告与消费心理第一节 广告的概念与心理功能第二节 广告的心理策略与媒体特点第十二章 购物环境与消费心理第一节 商店选址与消费心理第二节 店面橱窗的设计与消费心理第三节 购物内部环境与消费心理参考文献

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>