第一图书网, tushu007.com

<<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：9787562453406

10位ISBN编号：7562453403

出版时间：1970-1

出版时间：重庆大学出版社

作者：陈碧琼 编

页数：253

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

前言

消费者行为学是一门新兴的学科，它是研究人们在生活消费过程中，特别是在日常购买行为中的心理活动规律及个性心理特征的科学。
消费者行为学广泛借鉴了心理学、社会学、经济学、市场学等相关学科的理论，使之逐渐丰富和完善。
随着商品经济的发展，市场竞争日益加剧，人们除了注重产品、市场外，也越来越注重产品销售的对象即消费者，注重消费者的心理变化和行为特点，因为不了解目标市场消费者，制订正确的营销策略和取得较好的营销效果就无从谈起。
因此，消费者行为学在市场营销理论体系中占有重要的地位，这无形中又推动了消费者行为学向更深层

内容概要

《消费者行为学》共分9章，介绍了消费者行为学的产生、发展、研究对象、研究方法，具体分析了消费者心理活动过程及购买决策、消费者需要、动机与购买行为、消费者态度与购买行为、广告策略与消费行为、价格策略与消费行为、新产品开发与购买行为以及绿色消费与绿色营销等方面的知识。
同时《消费者行为学》每章均有小结、关键词和复习思考题等，使学生能更快更直接学习消费者行为学的内容。
《消费者行为学》可作为高等院校工商管理类及市场营销类专业的教材，也可作为企业营销的培训用书。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第1章 绪论本章 导读关键词1.1 消费者行为学的发展1.2 消费者行为学的研究对象与意义1.3 消费者行为学的研究方法本章 小结思考题第2章 消费者心理活动过程及购买决策本章 导读关键词2.1 消费者感觉和知觉2.2 消费者的注意2.3 消费者的学习理论2.4 消费者的情绪、情感与意志2.5 消费者购买决策2.6 影响消费者购买决策的主要因素本章 小结思考题第3章 消费者需要、动机与购买行为本章 导读关键词3.1 消费者需要3.2 消费者需要的发展趋势

章节摘录

②分布广泛，流动性强。
青年消费者分布在不同的地区和行业，消费市场巨大。
由于升学、就业等原因，青年消费者流动频繁，这种人口流动会给交通、住房、食品、服装等产业创造市场机会。
另外，流动人口会将原住地的一些风俗习惯和消费方式带入新住地，同时又会受到当地情况的影响，消费观念和文化相互吸收和融合。
③消费能力强，购买潜力大。
进入青年时期的消费者，特别是参加了工作的青年，有了经济收入，具有很强的支配能力，加之青年人储蓄意识淡薄、家庭负担较轻、消费需求巨大，因此，这一群体成为社会商品购买力的重要组成部分。

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