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：9787563515851

10位ISBN编号：7563515852

出版时间：2008-1

出版时间：北京邮电

作者：叶敏,张波.平宇伟

页数：368

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

消费者行为学虽然是一门新兴学科，但是从其产生以来，一直受到了理论界和企业界的高度重视，并成为市场营销专业学生必修的课程。
如何将理论与实践相结合，更好地服务于企业与社会，提高消费文明和消费质量，促进经济发展，是摆在我们面前的亟待解决的课题。
经过多年的教学与科研工作，我们深深感到，不论是从消费者行为学的教学考虑，还是从企业营销实践考虑，对一本实用性较强的消费者行为学教材的需要是多么迫切。
我们愿意将自己多年来研究的结果、教学实践经验的体会与同行的成果汇集在一起，编写一本新的教材，敬献给广大读者。
《工商管理简明教程：消费者行为学》的编写基本上是沿循消费者内外影响因素及其购买决策的过程这一主线而展开。
在编写过程中，广泛借鉴国内外有关研究成果，力求反映出该研究领域发展的最新水平。
在研究体系上，对体系结构进行了精心设计和编排，以便尽可能完整全面地涵盖该研究领域的各个方面。
在研究内容上，对近年来消费领域出现的许多新现象、新问题进行了真实反映和探索性研究。
在研究方法上，注重理论与企业营销实践的紧密结合，以求为企业开展营销活动提供切实有效的方法和手段。
在编写体例上，强调体例的新颖性和实用性，在各章中设置了导入案例、知识链接等栏目，并在章后安排了复习思考题，供学生巩固所学的知识点。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第一章　绪论第一节　消费者行为学的研究对象和内容一、消费、消费者与消费者行为二、消费者行为学的研究对象和内容第二节　消费者行为学的演进与发展一、消费者行为学的学科化和发展二、消费者行为学的研究现状与发展趋向三、消费者行为学在我国的发展第三节　消费者行为学的研究方法一、消费者行为学的研究原则二、消费者行为学研究的具体方法第四节　为什么要研究消费者行为一、研究消费者行为对开展商业活动非常重要二、了解消费者行为对非营利机构开展活动及个人工作有相当的帮助三、关注消费者行为对许多公共政策的讨论过程有重要影响四、了解消费者行为对个人有重要影响第二章　影响消费者行为的因素体系第一节　消费者行为模式一、消费者行为二、消费者行为的一般模式三、影响消费者行为的因素体系四、消费者行为模式的运用第二节　影响消费者行为的外部环境因素一、自然环境因素二、社会环境因素第三节　影响消费者行为的个人内在因素一、生理因素二、心理因素第三章　消费者群体的心理与行为第一节　消费者群体概述一、消费者群体的含义二、消费者群体与消费者个体的关系三、消费者群体的类型第二节 主要消费者群体的心理与行为特征一、不同年龄段的消费者群体心理与行为特征二、男女消费者群体心理与行为特征第三节　暗示、模仿与从众行为一、暗示二、模仿三、从众行为第四节　消费习俗与消费流行一、消费习俗二、消费流行第四章　社会环境与消费者心理和行为第一节　社会文化与消费者行为一、社会文化的含义和特征二、社会文化的内容三、亚文化第二节　社会阶层与消费者行为一、社会阶层的含义二、社会阶层与消费者行为的相关关系第三节　参照群体与消费者行为一、参照群体的含义和类型二、参照群体的影响作用三、参照群体对消费者行为的影响第四节　家庭对消费行为的影响一、家庭的含义与特征二、家庭成员角色结构与购买决策……第五章　消费者的品牌心理与行为第六章　消费者的价格认知心理与行为第七章　广告与消费者心理和行为第八章　消费者的心理活动过程第九章　消费者的个性第十章　消费者的需要和动机第十一章　消费者的态度第十二章　消费者购买决策与购买行为参考文献

章节摘录

第一章　绪论：　案例　儿童手机：　一部与众不同的小灵通手机，上面只有5个按键，每个按键绑定一个电话号码，只要父母把5个号码分别设定在按键上，孩子一按就可以自动拨号。
今日，这种专门为儿童设计的简易小灵通电话——“儿童终端”——在上海现身，它既方便儿童使用，又能有效地帮助父母控制孩子的通信费。
不过，尽管儿童手机有潜在的市场需求，网络覆盖更全面的移动和联通目前却尚未推出专门针对儿童用户的手机服务。
此外，2004年10月间曾想把儿童手机带入上海市场的一家外地厂商也已经黯然退出这个市场。
其实，儿童手机一出现就存在着截然不同的两种意见。
既有人说好，认为孩子还小，没办法分辨好人坏人，有了儿童手机，可以随时联系家长，确保人身安全。
也有人说不好，担心外表卡通时髦的儿童手机会成为学校里孩子们相互攀比的新目标，并对手机辐射可能对儿童带来的影响心存顾虑。
目前，上海的手机和小灵通用户数已经达到1 400多万户，和上海常住人口数差不多。
对于电信运营商来讲，可以发展的新用户越来越少。
但是，与发达国家30%～50%的儿童手机普及率相比，上海的儿童通信市场潜力依然巨大。
以消费者需要为核心，是现代营销理论和实践的精髓。
了解和掌握消费者行为的相关知识，无论是对于营销管理人员还是对于公共政策的制定者，都具有十分重要的意义。
第一节　消费者行为学的研究对象和内容：　一、消费、消费者与消费者行为：　1．消费与消费者：　消费与消费者是两个不同的概念。
广义的消费包括生产消费和生活消费。
生产消费指生产过程中工具、原材料、燃料、人力等生产资料和活劳动的消耗，它包含在生产活动中，是维持生产过程连续进行的基本条件。
生活消费又称个人消费，是指人们为满足自身需要而对各种物质生活资料、劳务和精神产品的消耗，它是人们维持自身生存和发展的必要条件，也是人类社会最大量、最普遍的经济现象和行为活动。

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