第一图书网, tushu007.com

<<消费心理学教程>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学教程>>

13位ISBN编号：9787810495356

10位ISBN编号：7810495356

出版时间：2005-10

出版时间：上海财大

作者：徐萍 编

页数：467

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

本书将普通心理学和社会心理学应用于市场营销活动领域，详尽阐述了消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个人心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者心理活动的外界因素、市场营销策略和消费者心理的关系，以及广告、公关、谈判、商品品牌、色彩、包装与消费者心理的关系等。
本书还介绍了中外心理学家关于面向新世纪消费心理的最新理论、方法和经验，如网络营销对消费者心理的影响、电子商务与消费者心理等全新内容。
书中既有深入浅出的理论分配的，又有具体生动的营销实例，融理论性、实用性和操作性于一体。
为便于学习，每章后有小结、思考题和案例分析。
本书对从事营销、经营、管理实务的企业家是一本必备的工具书，对大专院校市场营销及经贸专业学生则是一本实用的专业教材，并可供从事市场营销工作的各界人士和经济理论工作者的参考阅读。

书籍目录

前言第一编 总论　第一章 现代消费专理的基本问题第二编 消费者心理　第二章 消费者的心理活动过程　第三章 消费者的需要和动机　第四章 消费者的态度　第五章 消费者的购买行为与决策　第六章 消费者的个性心理特征第三编 社会环境心理　第七章 社会环境对消费者心理的影响　第八章 消费习俗与消费流行对消费者心理的影响　第九章 消费者群体市场心理概观第四编 营销心理策略　第十章 新产品开发推广与消费心理　第十一章 商品品牌、色彩与包装心理　第十二章 消费者价格心理　第十三章 公共关系心理　第十四章 商务谈判心理　第十五章 商品推销心理　第十六章 广告心理与广告技巧　第十七章 电子商务与消费者心理第五编 购物环境心理　第十八章 商场环境心理　第十九章 销售服务心理　第二十章 营销人员心理参考文献

章节摘录

第一编 总论　　第一章 现代消费专理的基本问题　　第三节　消费心理的研究方法　　二、消费心理的研究方法研究消费心理，常用的方法主要有观察法、实验法、访谈法、投射法、问卷法等。
(一)观察法观察法是心理学的一种基本研究方法。
在市场营销活动中，观察者依靠自己的视听器官，通过消费者的外部表现(动作、行为、谈话)，有目的、有计划地观察了解消费者的言语、行动和表情等行为，并把观察结果按时间顺序系统地记录下来分析原因，用以研究消费者心理活动的规律。
观察法的具体形式有以下几种：　1．直接观察法　直接观察法是指调研人员到现场观察发生的情形，以搜集信息。
例如，在进行商店调查时，调研人员并不访问任何人，他只是观察基本情况，然后记录备案。
一般调研的内容有某段时间的客流量、顾客在各柜台的停留时间、各组的销售状况、顾客的基本特征、售货员的服务态度等。
　2．仪器观察法　在科学技术高度发展的今天，许多电子仪器和机械设备成为对消费者进行心理调研的工具。
例如，经过被调查者的同意，可以在家用电视上安装一个监视装置，记录下这台电视机的开关时间、收看哪些频道、收看时间如何等。
再如，在测定广告效果时，可借助眼动仪摄下人们的眼部活动，观察瞳孔的变化，分析广告设计对人们注意力的影响。
另外，美国有些超级商场配备了整套监视装置，分析消费者的购物习惯。
　3．实际痕迹测量法　该方法是指调研人员不是直接观察消费者的行为，而是通过一定的途径来了解他们的痕迹和行为。
例如，某公司为了评价各种广告媒介的效果，在广告中附有回条，顾客凭回条可到公司购买折让的商品。
根据回条的统计数，公司就可以找出最佳的广告媒介。
再如，某商店为了调查顾客购买电器后的反应，可到各维修点调查哪些产品维修最多、哪些部件替换最快、消费者的评价等。
国外有家饮料公司曾根据垃圾站旧饮料瓶的回收状况来分析消费者的口味偏好。
这种方法的优点是比较直观，观察所得到的材料一般也比较真实、切合实际。
这是由于消费者是在没有被施加任何影响、没有干扰的情况下被观察的，其心理是自然流露的。
……

编辑推荐

《消费心理学教程》(第3版)对从事营销、经营、管理实务的企业家是一本必备的工具书，对大专院校市场营销及经贸专业学生则是一本实用的专业教材，并可供从事市场营销工作的各界人士和经济理论工作者的参考阅读。

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