

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787810786072

10位ISBN编号：7810786075

出版时间：2006-1

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：柯洪霞

页数：225

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

《消费心理学》通过对消费者购买行为的分析,研究和探讨消费心理的特征及其规律,为企业更好地制订和调整自己的营销策略提供了依据,因而它是营销、贸易类专业教学体系中一门重要的专业课。为此,我们根据高等职业教学要求,编写了本教材。

本教材的编写,努力突出以下特点: 1.力求体系结构的完整合理。

本书分四篇,系统地阐述了消费心理学的基本理论以及心理活动因素、社会因素、经济因素对消费者购买心理与行为的影响。

2.突出实践能力的培养。

针对高职高专的特点,在基础理论方面以必要、够用为度,突出了实践能力的培养,每一章中都配有典型案例分析以此进行实践环节的强化。

3.注重体例的新颖性。

每章配有学习目标、重点难点、个案分析、关键名词、讨论与思考,便于学员对基础知识及具体操作的全面掌握和运用。

4.重视知识的前沿性。

我们参考了较多近年来出版的有关专著、教材和科研成果,力争全面覆盖该领域的新的研究成果。

本书是根据高职高专教学要求而编写的,可供经济及管理类的本科生和专科生使用,亦可供经济管理、市场营销等人员以及广大消费者阅读。

<<消费心理学>>

书籍目录

第一篇 消费心理学概论 第一章 绪论 【学习目标】 【重点难点】 第一节 消费及相关的概念 第二节 消费心理学的研究对象、方法及意义 第三节 消费心理学的起源与发展 【个案分析】 【关键词】 【讨论与思考】 第二篇 心理现象与消费心理 第二章 消费者的心理活动过程 【学习目标】 【重点难点】 第一节 心理学概述 第二节 消费者的认识活动过程 第三节 消费者的情绪、情感过程 第四节 消费者的意志过程 【个案分析】 【关键词】 【讨论与思考】 第三章 消费者的个性心理 【学习目标】 【重点难点】 第一节 消费者的个性倾向性 第二节 消费者的气质 第三节 消费者的性格 第四节 消费者的能力 【个案分析】 【关键词】 【讨论与思考】 第四章 消费者购买决策与行为 【学习目标】 【重点难点】 第一节 消费者购买决策 第二节 消费者购买行为 【个案分析】 【关键词】 【讨论与思考】 第三篇 社会环境与消费心理 第五章 社会文化与消费心理 【学习目标】 【重点难点】 第一节 社会文化概述 第二节 文化、亚文化对消费者行为的影响 第三节 中国文化的特点及对消费行为的影响 第四节 消费流行与消费习俗 【个案分析】 【关键词】 【讨论与思考】 第六章 社会群体与消费心理 【学习目标】 【重点难点】 第四篇 商业活动与消费心理 第七章 商品因素与消费心理 第八章 商品广告与消费心理 第九章 商品价格与消费心理 第十章 新产品与消费心理 第十一章 市场因素与消费心理

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>