第一图书网, tushu007.com

<<营销心理学>>

图书基本信息

书名：<<营销心理学>>

13位ISBN编号：9787811358582

10位ISBN编号：7811358581

出版时间：2005-7

出版时间：暨南大学

作者：陈思

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

内容概要

《营销心理学》
自问世以来，承蒙读者的厚爱，迄今已经重印四次，发行量一万余册。
编者根据自己的教学实践和最新的研究成果，再版时对原书作了一些修订，新版在保留了第一版主要章节内容的同时，对书中第十三章“ 网络购物心理 ”重新编写，并对全书大部分案例进行了更新。

营销心理学是把心理学应用于市场营销而形成的一门综合性的应用管理科学。
本书系统地介绍了消费者的心理现象、行为模式以及社会、文化、群体对消费心理的影响，并在此基础上，进一步论述了在新产品开发与推广、品牌与包装、商品定价、广告以及销售环境的营造等营销活动中，如何针对消费者的心理特点，采取相应的营销心理策略；
同时也分析了互联网对消费者心理和行为的影响， 以及提高营销者心理素质等问题。

本书在编写过程中，力求体现以下特点：一是前沿性，即全面反映本学科最新的研究成果及最新的发展趋势；二是科学性，即注重理论内在的逻辑结构，尝试探索建立本学科研究的理论体系；三是实用性，即贴近实际，深入市场营销活动各环节之中，进行实用性心理分析，提出一些有实际应用价值的心理策略；四是可读性，即运用典型的案例，对理论进行阐述和解释，强调理论与实际操作的融合，以期为企业的营销活动提供启示。

第一图书网, tushu007.com

<<营销心理学>>

书籍目录

总序
前言
第1章　营销心理学概述
第2章 消费者的心理活动过程分析
第3章　消费者的需要和动机
第4章　消费者的态度
第5章 消费者的个性
第6章　消费者的决策与购买行为
第7章　群体与消费心理
第8章　社会文化与消费心理
第9章 新产品开发推广心理
第10章 商品品牌和包装心理
第11章　消费者价格心理
第12章 商业广告心理
第13章　网络购物心理
第14章　购物环境心理
第15章　营销人员心理
参考文献

编辑推荐

陈思编著的这本《营销心理学(第2)》系统地介绍了消费者的心理现象、行为模式以及社会、文化、群体对消费心理的影响，并在此基础上，进一步论述了在新产品开发与推广、品牌与包装、商品定价、广告以及销售环境的营造等营销活动中，如何针对消费者的心理特点，采取相应的营销心理策略；同时也分析了互联网对消费者心理和行为的影响，以及提高营销者心理素质等问题。

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