

<<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：9787111209324

10位ISBN编号：711120932X

出版时间：2007-2

出版时间：机械工业

作者：王曼

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>

<<消费者行为学>>

内容概要

本书广泛借鉴了国内外有关消费者研究的最新成果，力求反映出该领域发展的最新水平，意在用新的思路、新的观点、新的方法、新的体例去分析和阐明消费者行为的有关理论和操作问题。另外，在消费者行为理论、营销策略和如何调查、测量消费者心理与行为的技巧等方面，做了一些开创性的工作，力争做到新颖、独到，争取给读者更多的新知识点。

本书可作为大专院校市场营销、经济管理类学生的教材，也可供从事市场营销、企业管理、商贸活动的人员及其他经营者作为学习参考用书。

<<消费者行为学>>

书籍目录

前言第1章 消费者行为学概述 1.1 消费者行为学的研究对象 1.2 消费者行为学的起源与发展 1.3 消费者行为学的理论来源与方法 本章小结 复习思考题 案例选编第2章 消费者需要与购买动机 2.1 消费者需要概述 2.2 消费者需要的基本形态与研究方法 2.3 消费者购买动机 2.4 关于购买动机的理论 2.5 购买动机调查与研究范例 本章小结 复习思考题 案例选编第3章 消费者的注意、感觉与知觉 3.1 消费者的注意 3.2 消费者的感觉 本章小结 复习思考题 案例选编第4章 消费者的记忆、想象与思维 4.1 消费者的记忆 4.2 消费者的想象 4.3 消费者的思维 本章小结 复习思考题 案例选编第5章 消费者的情绪、情感与意志 5.1 消费者的情绪和情感过程 5.2 消费者的意志心理过程 本章小结 复习思考题 案例选编第6章 消费者的个性、自我概念与生活方式 6.1 消费者的个性特征 6.2 消费者的自我概念 6.3 消费者的生活方式 本章小结 复习思考题 案例选编第7章 消费者的学习心理与行为变化 7.1 消费者学习的作用 7.2 有关消费者学习的理论 7.3 学习的基本特征 本章小结 复习思考题 案例选编第8章 消费者的态度形成与改变第9章 经济文化因素与消费者行为第10章 社会群体因素与消费者行为第11章 家庭环境因素与消费者行为第12章 情境、商店环境因素与消费者行为第13章 营销组合因素与消费者行为第14章 消费者购买行为模式与购买决策参考书目

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>