

<<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：9787111223771

10位ISBN编号：7111223772

出版时间：2007-9

出版时间：机械工业出版社

作者：德尔I.霍金斯 编

页数：761

译者：符国群

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

本书是《消费者行为学》最新的第10版。

全书共分为六大部分，第一部分导论，介绍了消费者行为的性质、在社会各方面尤其是营销领域的运用，阐明了消费者行为知识的意义与价值；第二部分讨论了消费者行为的外部影响因素；第三部分讨论消费者行为的内部影响因素；第四部分介绍消费者决策过程；第五部分讨论组织购买行为；第六部分集中审视和探讨消费者行为与营销规制方面的问题。

第10版在各章增加了反映互联网发展的内容和实例，网上练习题也有所增加，增强了本教材的时代气息；“消费者透视”的内容做了很多调整和更新，增加了更多反映不同文化背景下消费者行为特点的实例；对原来的一些案例进行了替换和更新，课后习题也做了补充。

本书为英文版。

<<消费者行为学>>

作者简介

译者：符国群 编者：(美)德尔I.霍金斯

书籍目录

译者序前言第一部分 导论第1章消费者行为与市场营销战略1.1消费者行为知识的广泛运用1.2市场营销战略与消费者行为1.3市场分析1.4市场细分1.5市场营销战略1.6消费者决策过程1.7营销活动的后果1.8消费者行为的性质1.9消费的意义小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第二部分 外部影响第2章不同文化下的消费者行为2.1文化的含义2.2文化价值观的差异2.3不同文化下非语言沟通的差异2.4全球文化2.5全球人口环境2.6跨文化条件下的营销战略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第3章变化中的美国社会：价值观3.1美国文化价值观的变化3.2价值观与营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第4章变化中的美国社会：人口环境与社会分层4.1人口环境4.2理解美国的年龄代4.3社会分层4.4美国的社会结构4.5社会地位的衡量4.6社会分层和营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第5章正在改变的美国社会：亚文化5.1亚文化的实质5.2种族亚文化5.3非洲裔美国人5.4西班牙裔美国人5.5亚裔美国人5.6土著美国人5.7印度裔美国人5.8阿拉伯裔美国人5.9宗教亚文化5.10区域亚文化小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第6章美国社会：家庭和住户6.1美国住户的性质6.2住户生命周期6.3建立在住户生命周期基础上的营销战略6.4家庭决策6.5家庭决策与营销策略6.6消费者社会化6.7面向儿童的营销小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第7章群体对消费者行为的影响7.1群体类型7.2参照群体对消费过程的影响7.3建立在参照群体影响基础上的营销策略7.4群体内沟通和意见领袖7.5创新扩散小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第二部分案例案例2-1星巴克在亚洲保持它的制作工艺案例2-2诺瑞克的优势牌剃须刀案例2-3佳洁士“焕发青春型”牙膏案例2-4雷诺的Logan汽车行销全球案例2-5OfficeDepot领导绿色营销案例2-6DT公司的Prang牌大豆彩色蜡笔案例2-7灭蚊器案例2-8向少数民族进行房产营销案例2-9挑战青少年肥胖现象第三部分 内部影响第8章知觉8.1知觉的性质8.2展露8.3注意8.4理解8.5知觉与营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第9章学习、记忆与产品定位9.1学习和记忆的本质9.2记忆在学习中的角色9.3高介入状态和低介入状态下的学习9.4学习、记忆和提取9.5品牌形象与产品定位9.6品牌资产和品牌杠杆小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第10章动机、个性和情绪10.1动机的本质10.2动机理论和营销策略10.3个性10.4个性在营销实践中的运用10.5情绪10.6情绪和市场营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第11章态度和态度的改变11.1态度的构成11.2改变态度的策略11.3影响态度改变的个体与情境因素11.4影响态度形成和改变的营销传播特点11.5以态度为基础的市场细分和产品开发策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第12章自我概念与生活方式12.1自我概念12.2生活方式的性质12.3VALSTM生活方式系统12.4地理生活方式分析（PRIZM）12.5国际生活方式小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第三部分案例案例3-1狗也喝K9运动饮料吗案例3-2Levi调Signature的延伸案例3-3加利福尼亚鳄梨营销案例3-4食物放射技术的营销案例3-5奢侈品购买者的心态统计案例3-6男性化妆品的营销案例3-7墨西哥制造案例3-8Hardiplank全面提升战略案例3-9www.teenpregnancy.org案例3-10宣传预防性护理第四部分 消费者决策过程第13章情境的影响13.1情境影响的性质13.2情境特征和消费者行为13.3礼仪情境13.4情境影响与营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第14章消费者决策过程与问题认知14.1消费者决策类型14.2问题认知过程14.3影响问题认知的不可控因素14.4问题认知与营销策略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第15章信息搜集15.1信息搜集的性质15.2被搜寻信息的类型15.3信息来源15.4外部信息搜集量15.5外部信息搜集的收益与成本15.6基于信息搜集模式的营销战略小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第16章购买评价与选择16.1消费者如何进行选择16.2评价标准16.3个体判断与评价标准16.4基于属性选择的决策规则小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第17章店铺选择与购买17.1店铺选择与产品选择17.2零售17.3影响零售店铺选择的因素17.4消费者特征与店铺选择17.5影响品牌选择的店内和网上影响因素17.6购买小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第18章购后过程、顾客满意和顾客忠诚18.1购后冲突18.2产品使用与闲弃18.3产品与包装的处置18.4购买评价和顾客满意18.5不满意反应18.6顾客满意、重复购买和顾客忠诚小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第四部分案例案例4-1阿迪达斯走向高科技案例4-2欧洲的超市购物案例4-3正在转变的零售业：Blockbuster是否能生存下去案例4-4西尔斯还能生存吗案例4-5Vespa流行女装店案例4-6现代汽车的转

变案例4-7MuddyBootsMercantile案例4-8增加鸡蛋消费量第五部分 作为消费者的组织第19章组织购买者行为19.1组织购买过程19.2组织文化19.3影响组织文化的外部因素19.4影响组织文化的内部因素小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第五部分案例案例5-1RAEXLASER牌钢铁案例5-2马克卡车公司的整合沟通活动第六部分 市场营销规制与消费者行为第20章市场营销规制与消费者行为20.1市场营销规制与针对儿童的营销20.2对成人的营销及规制小结关键术语网上练习复习题讨论题实践活动参考文献第六部分案例案例6-1儿童网上隐私保护案例6-2更安全的香烟附录A消费者研究方法附录B消费者行为审计

编辑推荐

本书是《消费者行为学》最新的第10版。

全书共分为六大部分，第一部分导论，介绍了消费者行为的性质、在社会各方面尤其是营销领域的运用，阐明了消费者行为知识的意义与价值；第二部分讨论了消费者行为的外部影响因素；第三部分讨论消费者行为的内部影响因素；第四部分介绍消费者决策过程；第五部分讨论组织购买行为；第六部分集中审视和探讨消费者行为与营销规制方面的问题。

第10版在各章增加了反映互联网发展的内容和实例，网上练习题也有所增加，增强了本教材的时代气息；“消费者透视”的内容做了很多调整和更新，增加了更多反映不同文化背景下消费者行为特点的实例；对原来的一些案例进行了替换和更新，课后习题也做了补充。

本书为英文版。

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>