

<<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：9787111279433

10位ISBN编号：7111279433

出版时间：2009-9

出版时间：机械工业出版社

作者：罗格D.布莱克韦尔

页数：549

译者：吴振阳

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

本书主要阐述了消费者如何做出消费决策和如何行事。

全书共分为五大部分：第一部分是消费者行为学导论，介绍了消费者行为学的基本概念；第二部分是消费者决策，详细介绍了消费者决策模型；第三部分讲述消费者行为的个体决定因素；第四部分介绍环境因素对消费者行为的影响；第五部分介绍影响消费者的行为。

本书每章都以开篇案例开始，并配以消费者提示、市场实况、消费者行为与市场营销等专栏，不仅使理论与实践联系更加紧密，而且使形式更加活泼，对学生更具吸引力。

本书适合高等院校市场营销及相关专业本科生或研究生使用，也可作为理论与实际工作者的参考用书。

<<消费者行为学>>

作者简介

罗格D·布莱克韦尔 (Roger D . Blackwell) 俄亥俄州立大学费雪商学院刚退休的营销与物流管理学教授，现任俄亥俄州哥伦布市罗格·布莱克韦尔咨询公司 (Roger Blackwell Associates , Inc .) 的总裁，为许多美国一流企业提供咨询服务。

布莱克韦尔博士曾获得国际销售与

<<消费者行为学>>

书籍目录

译者序 作者简介 前言 教学建议 第一部分 消费者行为学导论 第1章 消费者行为和消费者研究 1.1 什么是消费者行为 1.2 为什么要研究消费者行为 1.3 消费者行为的演变过程 1.4 如何研究消费者 1.5 消费者行为的基本原则 1.6 未来的挑战 小结 复习和讨论题 注释 第2章 为消费者导向型组织制定营销战略 2.1 消费者的时代 2.2 从市场分析到市场战略：消费者行为学的适用范围 2.3 消费者忠诚度和维持战略 2.4 全球营销战略 小结 复习和讨论题 注释 第二部分 消费者决策 第3章 消费者决策过程 3.1 消费者决策过程模型 3.2 影响决策过程的因素 3.3 决策过程的类型 3.4 影响问题解决程度的因素 3.5 消费者行为诊断 小结 复习和讨论题 注释 第4章 购买前过程：需求认知、搜寻和评估 4.1 需求认知 4.2 搜寻 4.3 购买前评估 小结 复习和讨论题 注释 第5章 购买 5.1 买还是不买 第6章 购买后过程：消费和消费后评价 第三部分 消费者行为的个体决定因素 第7章 人口统计、消费心理与个性特征 第8章 消费者动机 第9章 消费者知识 第10章 消费者信念、感觉、态度和意向 第四部分 环境对消费者行为的影响 第11章 文化、种族和社会阶层 第12章 家庭和住户的影响 第13章 群体和个人的影响 第五部分 影响消费者的行为 第14章 进行接触 第15章 形成消费者意见 第16章 帮助消费者记忆 附录 术语表

<<消费者行为学>>

章节摘录

第一部分 消费者行为学导论第1章 消费者行为和消费者研究1.4 如何研究消费者在竞争极其激烈的全球市场，对消费者行为与动机的有效并实用的信息需求在不断增加。

问题是如何通过理论应用、解决问题的方法和技能来获得这些信息，进而确定并解决市场营销中的问题。

为此，商家已通过行为科学和先进的信息技术来收集和解释有关消费者的信息。

不管利用什么方法，目的是了解如何研究消费者行为和如何执行最适合特定情况的战略。

1.4.1 这门学科的理论基础研究消费者行为与研究医学是很相似的。

医学是一门综合运用化学、生物学、心理学和工程学的原理知识的应用性学科。

如果你是一名膝盖受伤的运动员，医生也许会用X光来研究并诊断问题所在。

如果受伤的是软骨而非骨头，那么医生可能会用磁共振成像技术（MRI）来获得更多的信息。

在确定如何解决问题之前，医生将会做一些其他方面的研究，如参考病历等。

与之类似，消费者行为学是一门综合运用经济学、心理学、社会学、人类学和统计学原理知识的应用性学科。

为了了解消费者行为，你需要知道消费者的内心想法是什么，正如外科医生那样需要彻底地了解你的膝盖到底怎么了。

但是，了解消费者行为方式的原因只是一个开端，你还必须像外科医生在诊断之前要掌握x光和磁共振成像技术(MR /)的相关理论和方法那样，需要掌握运用产品开发、广告、销售和营销组合以及其他所有相关方面的知识技能。

.....

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>