

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787121041938

10位ISBN编号：7121041936

出版时间：2007-6

出版时间：电子工业

作者：臧良运 编

页数：270

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

本书根据当代消费者心理与行为研究的主要内容和最新发展趋势,以消费者购买什么、为什么购买、什么时候购买、在哪里购买、购买以后怎么用、用了以后怎么处理等为主线,分析消费者获得消费信息、产生消费需要与动机、进行购买决策、享受消费价值、获得消费体验的过程,介绍消费群体的心理特点,分析商品、营业环境、广告宣传、社会环境等因素与消费者心理之间的关系,并介绍研究消费者心理与行为的主要方法。

本书构建了学习要点、安全导入、本章小结、复习思考题、案例分析和实训练习为内容的复合型教材模式,以适应教师精讲、学生参与、师生互动、提高技能的新型教学理念和教学方法。

本书既可作为应用本科、高职高专财经类相关专业的教材,又可作为企业营销人员的培训教材和参考读物。

<<消费心理学>>

书籍目录

第1章 消费心理学导论 1.1 消费行为与消费心理学研究的背景 1.2 消费心理学的研究对象、内容与方法 1.3 消费心理学的研究现状及意义 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第2章 消费者的心理活动过程 2.1 消费者的认知过程 2.2 消费者的情感过程 2.3 消费者的意志过程 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第3章 消费者的个性心理特征 3.1 消费者的个性心理 3.2 消费者的兴趣、所质与购买行为 3.3 消费者的性格、能力与购买行为 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第4章 消费者购买过程的心理活动 4.1 消费者需求理论 4.2 消费者购买决策 4.3 消费者购买行为 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第5章 消费流行、消费习俗与消费心理 5.1 消费流行的概念与分类 5.2 消费流行与消费心理 5.3 消费习俗与消费心理 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第6章 消费群体与消费心理 6.1 消费群体概述 6.2 不同消费群体的心理分析 6.3 相关团体的消费心理的影响分析 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第7章 商品价格与消费心理 7.1 商品价格 7.2 消费者的价格心理 7.3 商品定价的心理策略 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第8章 商品名称、品牌、包装与消费心理 8.1 商品名称与消费心理 8.2 品牌与消费心理 8.3 包装与消费心理 本章小结 复习思考题 案例分析 实训练习第9章 商业广告与消费心理第10章 消费环境与消费心理第11章 消费沟通与消费心理第12章 消费心理的新发展

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>