

<<消费者心理与行为学>>

图书基本信息

书名：<<消费者心理与行为学>>

13位ISBN编号：9787215071889

10位ISBN编号：721507188X

出版时间：2010-5

出版时间：河南人民出版社

作者：李文同 编

页数：413

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>

## <<消费者心理与行为学>>

### 内容概要

本教材为普通应用型本科教材，既强调理论的系统性、内容的丰富性、新颖性，又强调应用性、实践性，既适应市场营销本科专业的课程教学需要，也适应于管理类本科相关专业学生学习所需；消费心理与行为学是一门基础课程，书中充分体现了消费心理与行为理论的系统性，全面系统深入地介绍了消费心理学理论的产生、发展、内容和应用环境、条件，并通过典型案例介绍，帮助学生理解其精神实质，学生才能学扎实，为以后相关课程的学习打下良好的理论基础。

## &lt;&lt;消费者心理与行为学&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 消费心理与行为学概述 学习目的与要求 课前导读 1.1 消费心理与行为学的研究对象和研究内容 1.2 消费心理与行为学的起源与发展 1.3 消费心理与行为学的学科性质和特点 1.4 消费心理与行为学的研究意义与方法 本章小结 关键术语 思考与练习第2章 消费者的一般心理过程 学习目的与要求 课前导读 2.1 消费者对商品的认识过程 2.2 消费者对商品的情感过程 2.3 消费者对商品的意志过程 本章小结 关键术语 思考与练习第3章 消费者的个性心理特征 学习目的与要求 课前导读 3.1 个性概述 3.2 消费者的气质 3.3 消费者的性格 3.4 消费者的能力 3.5 消费者的兴趣 本章小结 关键术语 思考与练习第4章 消费者行为的心理因素 学习目的与要求 课前导读 4.1 记忆与消费行为 4.2 注意与消费行为 4.3 学习与消费行为 4.4 态度与消费行为 本章小结 关键术语 思考与练习第5章 消费者购买过程的心理活动 学习目的与要求 课前导读 5.1 消费者的需求心理 5.2 消费者的购买动机心理 5.3 消费者的购买决策心理 5.4 消费者的购买行为 本章小结 关键术语 思考与练习第6章 消费者群体与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 6.1 消费者群体的概念及其划分 6.2 消费者群体对个人消费行为的影响 6.3 消费者社会阶层对个人消费行为的影响 6.4 主要消费者群体的心理与行为特点 6.5 家庭对消费者心理与行为的影响 本章小结 关键术语 思考与练习第7章 社会文化因素与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 7.1 社会文化概述 7.2 民族传统、宗教信仰与消费者心理 7.3 风俗习惯、价值观念与消费者心理 7.4 社会消费文明与消费者心理 本章小结 关键术语 思考与练习第8章 消费流行、消费习惯与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 8.1 消费流行的概念、分类和形式 8.2 消费流行规律与消费心理导向 8.3 消费习惯与消费者心理 8.4 特殊心理反应与消费者行为 本章小结 关键术语 思考与练习第9章 感性消费与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 9.1 感性消费概述 9.2 感性消费的表现形式 9.3 感性商品市场的营销策略 9.4 感性消费时代的营销创新 本章小结 关键术语 思考与练习第10章 审美因素与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 10.1 商品美感的形成和购买行为 10.2 消费者审美的心理因素 10.3 消费者审美的差异 本章小结 关键术语 思考与练习第11章 商品因素与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 11.1 商品的名称、商标、品牌、包装与消费者心理 11.2 商品的价格与消费者心理 11.3 商品的广告与消费者心理 11.4 产品设计与消费者心理 本章小结 关键术语 思考与练习第12章 购物环境与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 12.1 购物环境外部形象与消费者心理 12.2 商店招牌、橱窗设计与消费者心理 12.3 商店内部设置与消费者心理 12.4 POP广告与消费者心理 12.5 消费软环境与消费者心理 本章小结 关键术语 思考与练习第13章 营销沟通与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 13.1 营销人员与消费者的心理沟通 13.2 拒绝购买态度的分析与转化 13.3 消费者心理与促销策略 本章小结 关键术语 思考与练习第14章 企业形象与消费者心理 学习目的与要求 课前导读 14.1 企业形象概述 14.2 企业形象对消费者心理的影响 14.3 企业形象的塑造：CIS战略 本章小结 关键术语 思考与练习第15章 消费者权益保护 学习目的与要求 课前导读 15.1 保护消费者权益的内容及措施 15.2 消费者受害心理分析与保护 15.3 消费者误区与消费者教育 本章小结 关键术语 思考与练习第16章 消费心理的应用、变化与发展 学习目的与要求 课前导读 16.1 消费心理的转换与交叉 16.2 消费心理的变化趋势 16.3 公共关系心理 16.4 电子商务与消费者心理 16.5 商务谈判心理 16.6 商品推销心理 本章小结 关键术语 思考与练习主要参考文献

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>