

<<消费者行为分析与实务>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为分析与实务>>

13位ISBN编号：9787300146256

10位ISBN编号：7300146252

出版时间：2011-11

出版时间：中国人民大学

作者：王生辉 编

页数：244

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>

<<消费者行为分析与实务>>

内容概要

本书基本上是沿循消费者购买决策的过程及内外影响因素这一主线编写，主要内容包括：消费者的购买决策，消费者的心理活动过程，消费者的需要和动机，消费者的个性、自我概念和生活方式，消费者群体的心理与行为，社会环境与消费者行为，文化、经济环境与消费者行为，产品、价格与消费者行为，广告、购物环境与消费者行为，购后使用与消费者评价。

本教材还安排了大量的实例链接和知识链接，既增强了可读性和趣味性，同时也有助于拓宽读者的视野，引导读者进行思考。

<<消费者行为分析与实务>>

书籍目录

第1章 导论

- 第一节 消费者行为的概念及特点
- 第二节 研究消费者行为的意义
- 第三节 本书讨论的理论体系及涉及的研究方法

第2章 消费者的购买决策?

- 第一节 消费者购买决策的内容和类型
- 第二节 消费者购买决策的过程

第3章 消费者的心理活动过程——洞察影响消费者行为的心理因素

- 第一节 消费者的知觉
- 第二节 消费者的学习
- 第三节 消费者的态度

第4章 消费者的需要和动机——揭示引发消费者行为的直接动因帕

- 第一节 消费者的需要
- 第二节 动机及相关理论
- 第三节 消费者的购买动机

第5章 消费者的个性、自我概念和生活方式——解构影响消费者行为的个体特征

- 第一节 消费者的个性
- 第二节 消费者的自我概念
- 第三节 消费者的生活方式

第6章 消费者群体的心理与行为——解构影响消费者行为的群体特征1贴

- 第一节 消费者群体概述
- 第二节 主要消费者群体的心理
- 第三节 模仿与从众行为
- 第四节 消费习俗与消费流行

第7章 社会环境与消费者行为——探究影响消费者行为的外部因素(一)

- 第一节 参照群体与消费者行为
- 第二节 社会阶层与消费者行为
- 第三节 家庭与消费者行为
- 第四节 情境与消费者行为

第8章 文化、经济环境与消费者行为——探究影响消费者行为的外部因素(二)

- 第一节 文化与消费者行为
- 第二节 亚文化与消费者行为
- 第三节 经济因素与消费者行为

第9章 产品、价格与消费者行为——剖析影响消费者行为的营销组合策略(一)

- 第一节 产品命名、商标设计与消费者行为
- 第二节 包装装潢与消费者行为
- 第三节 产品价格的心理效应
- 第四节 产品定价的心理策略

第10章 广告、购物环境与消费者行为——剖析影响消费者行为的营销组合策略(二)

- 第一节 广告信息对消费者行为的影响
- 第二节 增强广告效果的心理策略
- 第三节 购物环境与消费行为

第11章 购后使用与消费者评价

- 第一节 产品使用与处置
- 第二节 消费者满意

<<消费者行为分析与实务>>

第三节 消费者不满意

第四节 消费者的品牌忠诚

主要参考文献

<<消费者行为分析与实务>>

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>