

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787301107720

10位ISBN编号：7301107722

出版时间：2006-8

出版时间：北京大学出版社

作者：焦利军、邱萍

页数：208

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

本书以消费心理学理论为基础，以企业生产与营销为视角，将影响消费者心理与行为的主要因素概括为心理因素、社会因素、商品因素和营销因素等，系统阐述了当代消费心理学的主要研究成果及其可操作的方法。

内容涉及消费心理学概念，消费心理学研究原则和方法，消费者的心理过程，消费者个性心理特征，消费者行为的心理因素，消费者购买过程的心理活动，社会群体与消费心理，社会环境与消费心理，商品价格与消费心理，商品品牌、包装与消费心理，产品创新与消费心理以及市场营销与消费心理等方面。

每章后面还配有复习思考题和案例分析，以便学习者对所学知识进一步掌握和巩固。

本书所选案例比较丰富，多数来源于国内外市场的消费者心理研究成果，介绍的研究方法具有较强的适用性。

本书适合作为经济、企业管理、营销、公关广告专业的高职高专教材，也可供企业管理、经营策划、市场调研从业人员阅读参考。

<<消费心理学>>

书籍目录

第一章 消费心理学导论 第一节 消费心理学的研究对象和任务 一、消费心理的含义 二、消费心理学的研究对象和内容 三、消费心理学的研究任务 第二节 消费心理学的形成与发展 一、消费心理学的发展阶段 二、我国消费心理学的发展阶段 第三节 消费者的消费行为特征 一、消费行为的时代性 二、消费行为的季节性 三、消费行为的周期性回返 四、消费行为的相关性 五、消费行为的替代性 六、消费行为的可诱导性 第四节 消费心理学的研究方法 一、消费心理学的研究原则 二、消费心理学的研究方法 本章小结第二章 消费者的心理活动过程 第一节 消费者心理活动的认识过程 一、消费者对商品认识的形成阶段 二、消费者对商品认识的发展阶段 第二节 消费者心理活动的情感过程 一、消费者的情绪、情感的概念 二、消费者的情绪和情感的分类 四、情绪和情感对消费行为的影响 第三节 消费者心理活动的意志过程 一、消费者意志活动过程的基本特征 二、消费者意志行动的过程分析 三、消费者的意志品质 本章小结第三章 消费者个性与消费行为 第一节 个性的概念及特征 一、个性的概念和结构 二、消费者个性的特点 三、个性在消费中的作用 第二节 个性对消费行为的影响 一、消费者的气质与消费行为 二、消费者的能力与消费行为 三、消费者的性格与购买行为 第三节 自我概念与生活方式 一、自我概念的含义与构成 二、生活方式与测量 三、生活方式研究在营销中的应用 本章小结第四章 消费需要与购买动机 第一节 消费者的需要 一、需要的含义和产生 二、消费者需要的定义及其特征 三、消费者需要的分类 第二节 消费者的动机 一、动机的概念及特征 二、动机的功能 三、消费者的购买动机的主要类型 第三节 需要动机理论 一、马克思主义的需要理论 二、马斯洛的需要层次理论 三、麦克利兰的三种需要理论 四、默里的需要理论 五、双因素理论 第四节 消费者需要变化的趋势 一、感性消费趋势 二、绿色消费趋势第五章 消费者的态度第六章 消费者群体与消费心理第七章 消费态势与消费心理第八章 影响消费者行为的因素第九章 消费者的购买决策与行为分析第十章 商品因素与消费心理第十一章 营销沟通与消费心理第十二章 消费者的满意度与消费心理参考文献

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>