

<<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：9787302285281

10位ISBN编号：7302285284

出版时间：2012-5

出版时间：清华大学出版社

作者：董昭江 编

页数：378

字数：547000

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

本书根据应用型本科专业的教学需要而编写。以消费者消费行为为中心，注重理论知识与营销实际的结合，强调职业能力的培养。全书共分4篇12章，分别从消费者行为学的基本概念、消费者的心理活动过程、影响消费行为的因素和不同消费主体的消费特征四个方面，全面系统地阐述消费者行为学的基本概念、基础知识和基本原理；每章包括学习目标、导读案例、正文和思考题四部分。

本书可作为高等院校市场营销专业及经济管理类相关专业的教材，也可作为企业营销管理人员培训的教材。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第一篇 导论

第一章 消费者行为学概论

第一节 消费、消费者与消费者行为

一、消费

二、消费者

三、消费者行为

第二节 消费者行为学的研究历史与理论渊源

一、消费者行为学的研究历史

二、消费者行为学的理论渊源

第三节 消费者行为学的研究意义

一、了解消费是探索人类社会发展动力的一把钥匙

二、了解消费有助于了解一个国家的社会制度

三、了解消费者的消费行为有助于提高企业的市场竞争力

四、了解消费者的消费行为有助于加强对消费者的引导与管理

第四节 消费者行为学的研究方法

一、观察法

二、实验法

三、调查法

四、数量研究法

五、内省法

本章小结

思考题

实践训练

案例分析

第二篇 消费者的心理活动过程

第二章 消费行为过程分析

第一节 消费行为的实质

一、心理的实质

二、消费行为的内在心理过程

三、消费活动的参与人

第二节 消费行为的一般过程

一、刺激认知阶段

二、行为起动阶段

三、产品确定阶段

四、产品获得阶段

五、消费体验阶段

第三节 消费需要

一、需要的概念

二、消费需要的特征

三、消费需要的动态演进

第四节 消费动机

一、动机的概念

二、消费动机的功能

三、动机的分类

本章小结

<<消费者行为学>>

思考题

实践训练

案例分析

第三章 消费者的认知过程

第一节 消费者的感知觉

一、消费者感觉

二、消费者知觉

第二节 消费者的记忆

一、消费者记忆概述

二、消费者记忆的过程

三、消费者的记忆系统与记忆组织

第三节 消费者的思维

一、消费者思维概述

二、消费者思维的分类

三、消费者思维的过程

四、消费者思维的形式

五、消费者思维的品质

第四节 消费者的注意

一、消费者注意概述

.....

第三篇 影响消费行为的因素

第四篇 不同消费主体的消费特征

第十一章 政府采购

第十二章 消费新时尚

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>