第一图书网, tushu007.com

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787305054266

10位ISBN编号：7305054267

出版时间：2008-7

出版时间：南京大学出版社

作者：李乐锋，屈寰昕 主编

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

内容概要

本书作为高等职业教育经管类专业系列教材之一种分为四个单元，共计十三章，具有以下特点： 1. 注重实践能力的培养。
针对高职高专的特点，在基础理论方面以必要、够用为度，突出了实践能力的培养，每一章中都配有案例分析，而且在每一单元后面都配有技能实训模块，进行实践技能的强化。
2. 注重体例的新颖性。
每章配有学习导航、引导案例、关键术语、前沿话题。
为了体现本书的商务电子化特点，在每一单元实训中设置三个模块：阅读材料、网络心理测试和技能实训，便于学生对基础知识及具体操作的全面掌握和运用。
3. 重视知识的前沿性。
我们参考了近年来出版的有关专著、教材和科研成果，通过小贴士插入相关资料，力争全面覆盖该领域的新的研究成果。

<<消费心理学>>

书籍目录

第一章 总论 第一节 消费心理学的研究对象和内容 第二节 消费心理学的研究方法第一单元 商务电子化实训 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 第二节 消费者心理活动的情感过程 第三节 消费者心理活动的意志过程 第三章 消费者的个性心理特征 第一节 个性的概述 第二节 消费者的气质 第三节 消费者的性格 第四节 消费者的能力 第五节 消费者的兴趣 第四章 消费者需要与购买动机 第一节 消费者需要的概念与特征 第二节 消费者需要的形态、分类及层次 第三节 动机理论与消费者的购买动机第二单元 商务电子化实训 第五章 消费者群体与消费心理 第一节 消费者群体概述 第二节 家庭消费心理与行为 第三节 不同年龄消费者群体的消费心理与行为 第四节 不同性别或职业群体的消费心理与行为 第五节 消费者群体规范 第六节 消费习俗 第六章 商品因素与消费心理 第一节 产品创新与消费心理 第二节 商品品牌与消费心理 第三节 商品包装与消费心理 第七章 商品价格与消费心理 第一节 消费者的价格心理与价格判断 第二节 定价策略 第三节 价格调整的心理策略 第八章 营销场景与消费心理 第一节 店外环境与消费心理 第二节 店内环境与消费心理 第三节 POP广告与消费心理 第九章 营销信息传播与消费心理 第一节 商业广告与消费心理 第二节 销售活动与消费心理 第三节 消费者拒绝购买态度的分析与转化 第十章 销售服务与消费心理 第一节 销售服务概述 第二节 售前服务的心理策略 第三节 售中及售后服务的心理策略第三单元 商务电子化实训 第十一章 当代社会消费心理与行为 第一节 我国居民消费心理和消费行为的变化趋势 第二节 当前我国居民消费的差异 第三节 提倡健康的节约型消费观念 第十二章 绿色消费与消费者心理 第一节 全球绿色消费浪潮的掀起 第二节 绿色消费者的心理特征 第三节 绿色产品的开发与消费 第四节 促进绿色消费的心理策略 第十三章 电子商务与消费者心理 第一节 电子商务及其在我国的发展现状 第二节 电子商务与消费者心理 第三节 网络营销制胜的要素 第四节 电子商务具有强大的生命力 第四单元 商务电子化实训参考文献

第一图书网, tushu007.com

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