

<<消费者行为(第三版)>>

图书基本信息

<<消费者行为(第三版)>>

内容概要

本书的一些独到特色将有助你感受消费者研究的潜在空间。

各章末的ABC新闻网提供了一种与当前新闻所报道的话题紧密相连且客观真实的内容，还有展示ABC新闻报道的相关的录影部分。

这些内容都经过精心地选择来补充我们的课文。

此外，西蒙斯通讯网专辑中所列的(以及包括于教师用西蒙斯数据光盘中的)练习将使你能够轻松得到来自西蒙斯市场调查局的真实数据，这是一个可以说明许多课文所描述的消费行为的过程。

许多实际的营销组织

<<消费者行为(第三版)>>

作者简介

<<消费者行为(第三版)>>

书籍目录

前言

1. 概论

1 导论

§ 1 引言

§ 2 消费者对营销策略的影响

§ 3 营销对消费者的影响

§ 4 作为研究领域的消费者行为

§ 5 对消费者行为研究方法的总览

§ 6 了解消费者行为

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

. 作为个体的消费者

2 知觉

§ 1 引言

§ 2 知觉过程

§ 3 感觉系统

§ 4 感觉阈限

§ 5 潜意识劝诱

§ 5 知觉的选择性

§ 7 解释：赋予含义

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

3 学习与记忆

§ 1 学习过程

§ 2 学习原理在营销上的应用

§ 3 记忆在学习中的作用

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

4 动机 价值及相关事物

§ 1 引言

§ 2 动机的过程

§ 3 动机的力量

§ 4 动机的方向

§ 5 隐藏的动机：透过表面的分析

§ 6 需要和需求：厂商操纵了消费者吗？

§ 7 消费者研究的价值和运用

§ 8 消费者牵连到的事物

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

5 态度

<<消费者行为(第三版)>>

§ 1态度的影响力

§ 2态度的内涵

§ 3态度的形成

§ 4态度模型

§ 5根据态度预测行为

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

6 态度改变和劝说性的传媒

§ 1通过传媒改变态度

§ 2广告形象

§ 3广告语言

§ 4广告形象与广告语言：卖牛排还是卖它的“滋滋声”？

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

7 自我

§ 1透视自我

§ 2个性

§ 3消费与自我观念

§ 4性别角色

§ 5体形观念

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

作为决策者的消费者

8 个人决策的制定

§ 1解决问题的消费者

§ 2对问题的识别

§ 3信息搜集

§ 4备选方案的评价

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

9 购买场景 购后评价与产品处理

§ 1引言

§ 2场景对消费者行为的影响

§ 3购物环境

§ 4购后满意度

§ 5产品处理

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

10 群体影响 意见领袖和创新的扩散

§ 1引言

<<消费者行为(第三版)>>

§ 2 参考群体

§ 3 服从

§ 4 言谈交流

§ 5 意见领袖

§ 6 创新的扩散

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

11 团体和家庭决策的制定

§ 1 引言

§ 2 团体决策制定

§ 3 家庭

§ 4 亲密的组合：家庭决策的制定

§ 5 作为决策制定者的儿童：培训中的消费者

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

消费者与亚文化

12 收入与社会阶层

§ 1 引言

§ 2 消费者支出和经济行为

§ 3 社会阶层

§ 4 社会阶层如何影响购买决策

§ 5 地位象征

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

13 民族 种族和宗教亚文化团体

§ 1 亚文化团体和消费者身份

§ 2 民族和种族亚文化团体

§ 3 非裔美国人

§ 4 拉丁裔美国人

§ 5 亚裔美国人

§ 6 宗教亚文化团体

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

14 年龄亚文化群

§ 1 同龄人群与消费者身份

§ 2 市场中的儿童

§ 3 青少年市场：“彻头彻尾的激进分子”

§ 4 生育率骤降期出生者 X一代

§ 5 婴儿潮期出生者

§ 6 成熟消费者

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

<<消费者行为(第三版)>>

V.消费者与文化

15 文化对消费者行为的影响

§ 1文化与消费

§ 2理解文化

§ 3神话与仪式

§ 4文化的创造

§ 5时尚系统

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

16 生活方式和全球文化

§ 1生活方式和消费选择

§ 2有关生活方式的市场营销

§ 3地理位置对生活方式的影响

§ 4全球市场营销和全球文化

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

17 崇拜消费和世俗消费：消费者行为中的文化趋势和伦理问题

§ 1未来的消费者行为

§ 2崇拜消费和世俗消费

§ 3消费者行为的消极面

§ 4模糊的界限：营销与现实

§ 5生活时尚发展趋势：店铺里为消费者和厂商

准备了什么？

本章小结

关键词汇与概念

消费者行为练习题

主题索引

译后记

<<消费者行为(第三版)>>

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>