第一图书网, tushu007.com

<<体验经济>>

图书基本信息

书名：<<体验经济>>

13位ISBN编号：9787509600504

10位ISBN编号：7509600502

出版时间：2007-11

出版时间：经济管理

作者：权利霞

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

本书以两个线索展开：一是从体验的内在机理入手，把体验的生成分解为内生和外生两个向度，将当代和未来的经济学与现代经济的发展归结为回归体验、遵循生命之道，从中领略其凸显文化内涵的意趣，二是重点分析了企业在体验经济中动作的战略费到体验消费的生活方式，从影响消费者行为的体验场之构建到对体验消费的生活方式，从影响消费者行为的体验场之构建到对体验性产品和服务的开发与维护，既关注消费者的体验，又拓展了生产者、营销者的视界。

基于当代社会科学的研究成果，从主流经济学对人性假设的缺陷入手，展现经济学追求人性丰满体验的趋向。

<<体验经济>>

书籍目录

第1章　导言　1.1　问题的提出、研究目的与意义　1.2　本书的研究思路和方法　1.3　本书的创新与特色　1.4　本书的主要理论与总结第2章　回归体验：经济学研究的新动向　2.1　理性“经济人”的困境　2.2　理性“经济人”内涵的丰富与发展　2.2.1　理性“经济人”的非理性　2.2.2　通向内涵丰富的“经济人”的道路第3章　体验经济何以可能　3.1　人类体验的产品化、服务化　3.1.1　体验的经济学含义　3.1.2　体验的经济效用　3.2　体验经济的内在机理　3.2.1　体验生成一般　3.2.2　体验以人的个性化为特质　3.3　体验的内生和外生　3.3.1　体验的内生过程　3.3.2　体验的外生过程　3.4　体验的经济化　3.4.1　体验性的产品或服务　3.4.2　消费者参与生产过程是体验经济的标志　3.4.3　体验经济的蓓蕾——中国文化产业第4章　效用：体验经济的重要维度　4.1　体验：效用的内生变量　4.1.1　效用是人及于事物满足状态的体验　4.1.2　经济学中的体验因子：个人资本和社会资本　4.1.3　效用的发现与创新　4.2　效用的三重关系　4.2.1　人与人化物的关系　4.2.2　人与有生命存在的关系　4.2.3　人与自身心灵的关系　4.3　体验经济的效用关系　4.3.1　重新认识效用价值观　4.3.2　体验的效用价值　4.3.3　体验视阈的财富第5章　体验消费：享用体验第6章　体验营销策略第7章　企业战略分析参考文献后记

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