

<<消费者行为分析>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为分析>>

13位ISBN编号：9787561152003

10位ISBN编号：7561152000

出版时间：2009-11

出版时间：大连理工大学出版社

作者：薛长青 主编

页数：189

字数：289000

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>

<<消费者行为分析>>

内容概要

本书的编写具有如下特色：

1. 定位准确。

本教材专门针对高职高专院校市场营销专业及开设本课程的其他相关专业使用。

全书分为十个单元，每一个单元都包括基础知识、应用分析、技能训练、单元测试四个模块，彻底打破传统教科书的编排模式，实现从内容到形式的创新，更符合高职高专教学改革的要求。

2. 突出实用性。

对理论方面不求系统、完整、深化，而求实用。

一些概念直接给出定义，原则、原理一类的知识从简，侧重技能、技巧方面的知识运用。

3. 注重配套性。

针对高职高专学生的特点，本教材的知识介绍以实用为主，侧重技能方面的知识学习与运用（包括经验、方法、技巧等）；配有相应的应用案例分析、技能训练、配套习题，满足学生学习的要求。

4. 强化技能训练。

通过设计实际工作任务，将所学知识和案例分析总结的经验、方法、技巧加以灵活运用，更加注重对学生职业岗位能力的培养。

<<消费者行为分析>>

书籍目录

单元一 消费者行为与市场营销

模块一 基础知识

- 一、消费者与消费者行为
- 二、消费者行为与市场营销的关系

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元二 消费者的心理活动过程

模块一 基础知识

- 一、消费者心理活动的认识过程
- 二、消费者心理活动的情感过程
- 三、消费者心理活动的意志过程

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元三 消费者个性心理与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、个性的相关概念
- 二、消费者个性心理特征
- 三、消费者个性倾向性
- 四、消费者购买行为
- 五、消费者购买行为模式
- 六、消费者购买行为的一般过程

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元四 消费者群体心理与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、群体概述
- 二、主要参照群体心理对消费者行为的影响
- 三、消费者群体的类别与意义
- 四、主要消费者群体的心理与行为
- 五、消费习俗与消费流行

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元五 产品组合与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、产品开发与消费者行为
- 二、产品品牌与消费者行为
- 三、产品包装与消费者行为
- 四、产品服务于消费者行为
- 五、产品生命周期与消费者行为

模块二 应用分析

模块三 技能训练

<<消费者行为分析>>

模块四 单元测试

单元六 价格组合与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、消费者的价格心理
- 二、价格制定的心理策略
- 三、折扣价格制定的心理策略
- 四、价格调整的心理策略

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元七 分销组合与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、批发商的采购心理
- 二、零售商的进货心理
- 三、终端市场与消费者心理

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元八 促销组合与消费者行为

模块一 基础知识

- 一、广告与消费者行为
- 二、人员推销与消费者行为
- 三、公共关系与消费者行为
- 四、营业推广与消费者行为

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元九 组织市场消费者行为

模块一 基础知识

- 一、组织市场概述
- 二、组织市场购买决策
- 三、政府采购

模块二 应用分析

模块三 技能训练

模块四 单元测试

单元十 综合实训

实训一 消费者购买行为分析

实训二 推销实践

实训三 商场服务

实训四 营销场景观察

实训五 商场商品调查

实训六 广告策划与设计

实训七 营销人员心理调查

参考文献

<<消费者行为分析>>

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>