

<<消费心理学(当代市场营销丛书)>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学(当代市场营销丛书)>>

13位ISBN编号：9787561806951

10位ISBN编号：7561806957

出版时间：2003-01-01

出版时间：天津大学出版社

作者：温孝卿 任仲祥 张理

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

消费心理学是一门新兴学科。

它是一门研究人们在生活中消费过程中，特别是在日常购买行为中的心理活动规律及个性心理特征的科学。

在市场经济条件下，宏观消费心理态势的变化既影响企业的市场营销活动，又影响消费者个人的心理活动和行为表现。

因此，作为市场主体的企业和消费者，必须掌握消费心理学知识，以适应市场运作的需要。

本书系统的介绍了现代消费者心理活动的基本规律、消费者的个性心理特征、消费需求与动机的基本理论；详细

书籍目录

第一章 消费与消费心理学 第一节 消费心理学的研究对象 第二节 消费心理学的起源与发展 第三节 消费心理学的研究内容和方法第二章 消费心理学基本理论 第一节 消费者的心理活动过程 第二节 消费者的个性心理特征第三章 消费需求与动机 第一节 需求的特征与分类

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>