

<<消费心理学教程>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学教程>>

13位ISBN编号：9787564213244

10位ISBN编号：7564213248

出版时间：2012-8

出版时间：徐萍 上海财经大学出版社 (2012-08出版)

作者：徐萍

页数：380

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>

<<消费心理学教程>>

内容概要

《高等院校精品课系列教材：消费心理学教程（第4版）》力图运用马克思主义辩证唯物论与普通心理学的一般理论，在市场营销活动的范围内系统研究消费者心理活动现象及其规律，着重介绍结合消费者心理特点的经营方式与营销技巧。

《高等院校精品课系列教材：消费心理学教程（第4版）》将普通心理学和社会心理学应用于市场营销活动领域，详尽阐述了消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者心理活动的外界因素、市场营销策略与消费者心理的关系，以及广告、公关、谈判、商品品牌、色彩、包装与消费者心理的关系等。

<<消费心理学教程>>

书籍目录

前言第一编 总论第一章 消费心理学的基本问题 第一节 消费心理学的研究对象 第二节 消费心理学的形成与发展 第三节 消费心理的研究方法 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第二编 消费者心理第二章 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 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第三章 消费者的需要和动机 第一节 消费者需要的特征与形态 第二节 消费者需要的种类与基本内容 第三节 消费者需要的发展趋向 第四节 消费者的购买动机 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第四章 消费者的态度 第一节 消费者态度概述 第二节 消费者态度的改变与测量 第三节 消费者的特殊心理表现 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第五章 消费者的购买行为与决策 第一节 消费者行为的三个模式 第二节 消费者的购买行为过程与类型 第三节 消费者购买决策 第四节 消费者行为的效用评价 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第六章 消费者的个性心理特征 第一节 消费者的气质 第二节 消费者的性格 第三节 消费者的能力 第四节 消费者的兴趣 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第三编 社会环境心理第七章 社会环境对消费者心理的影响 第一节 社会经济环境的影响 第二节 社会文化环境的影响 第三节 社会群体的影响 第四节 家庭的影响 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第八章 消费习俗与消费流行对消费者心理的影响 第一节 消费习俗与消费流行 第二节 暗示、模仿与从众行为 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第九章 消费者群体市场心理概观 第一节 少年儿童消费者的市场心理 第二节 青年消费者的市场心理 第三节 女性消费者的市场心理 第四节 中老年消费者的市场心理 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第四编 营销心理策略第十章 新产品开发、推广与消费心理 第一节 新产品的含义 第二节 新产品开发的心理策略 第三节 新产品推广的心理策略 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十一章 商品品牌、色彩与包装心理 第一节 品牌创立与消费者心理 第二节 色彩选择与消费者心理 第三节 包装设计与消费者心理 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十二章 商品价格心理 第一节 价格的心理功能 第二节 消费者对价格的心理反应及判断 第三节 商品定价与调整心理策略 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十三章 公共关系心理 第一节 消费者公众的心理特征 第二节 人际关系与消费心理 第三节 公共关系心理策略 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十四章 商务谈判心理 第一节 商务谈判效果的影响因素 第二节 商务谈判的心理方法与技巧 第三节 成功商务谈判实例分析 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十五章 商品推销心理 第一节 推销对象的心理类型与心理分析 第二节 推销过程中的心理研究 第三节 顾客应接与商品推介心理策略 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十六章 广告心理与广告技巧 第一节 商业广告概述 第二节 广告媒体心理分析 第三节 商业广告的传播策略 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十七章 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 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第五编 购物环境心理第十八章 商场环境心理 第一节 商场类型与选址心理 第二节 建筑外观与橱窗设计心理 第三节 商场内部设计心理 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第十九章 销售服务心理 第一节 销售服务心理功能 第二节 销售服务三阶段的心理策略 第三节 销售服务中的冲突处理与抱怨处理技巧 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料第二十章 营销人员心理 第一节 营销人员对消费者心理的影响力 第二节 营销人员个体心理对营销活动的影响 第三节 营销人员心理素质的培训与提高 本章小结 思考题 案例分析 阅读资料参考文献

<<消费心理学教程>>

编辑推荐

《消费心理学教程》(第四版)力图运用马克思主义辩证唯物论与普通心理学的一般理论,在市场营销活动的范围内系统研究消费者心理活动现象及其规律,着重介绍结合消费者心理特点的经营方式与营销技巧。

本书将普通心理学和社会心理学应用于市场营销活动领域,详尽阐述了消费者购买行为的心理过程和心理状态、消费者个体心理特征对购买行为的影响和制约作用、影响消费者心理活动的外界因素、市场营销策略与消费者心理的关系,以及广告、公关、谈判、商品品牌、色彩、包装与消费者心理的关系等。

本书由徐萍主编。

<<消费心理学教程>>

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>