

图书基本信息

书名：<<消费者行为学/高等院校本科市场营销专业教材新系>>

13位ISBN编号：9787810449946

10位ISBN编号：781044994X

出版时间：2002-1

出版时间：第1版 (2002年1月1日)

作者：龚

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

本书充分吸收和借鉴了国内外消费者行为研究及营销应用的基本理论和最新成果，博采中外从家之长并加以发展和创新。

本书循着影响消费者购买行为的因素和消费者决策过程的主线展开。

第一章论述了消费者行为研究的发展过程、研究的意义、若干基本要领和体系结构、消费者行为学的特点和研究途径；第二章到第六章论述了影响消费者行为的内在因素，包括消费都的感觉和知觉，消费者的记忆、想象和思维，消费者的情绪情感过程和意志过程，消费者的个性、个性倾向性和个性心理特征，消费者的注意和理解，消费者的态度等；第七章论述了消费者已发生的行为对将要发生的行为的影响；第八章、第九章论述了外在因素对消费者行为的影响，主要有社会因素、文化和经济因素等；第10章论述了市场营销组合因素对消费者行为的影响；第十一章到第十三章论述了消费者的决策过程，包括消费者的购买类型、信息收集、购买评价、情境影响、购后过程与顾客满意。

本书内容丰富，观点鲜明，结构严谨，通俗易懂，理论方法新颖，实用性强，可作为高等院校本、专科工商管理学笠的教材和企业市场营销人员及管理决策者的学习参考。

书籍目录

第1章 概论 学习目标 1.1 消费者行为研究的发展过程 1.2 消费者行为研究的意义 1.3 消费者行为学的若干基本概念与体系结构 1.4 消费者行为的特点与研究途径 个案分析 本章小结 关键概念 思考题 练习题 自测题 补充阅读材料第2章 消费者的意识、感觉和知觉 学习目标 2.1 消费者的意识与心理活动的构成 2.2 消费者的感觉 2.3 消费者的知觉 个案分析 本章小结 关键概念 思考题 练习题 自测题 补充阅读材料第3章 消费者的记忆、想象和思维 学习目标 3.1 消费者的记忆 3.2 消费者的想象 3.3 消费者的思维 个案分析 本章小结 关键概念 思考题 练习题 自测题 补充阅读材料第4章 消费者的情绪情感和意志过程 学习目标 4.1 消费者的情绪和情感过程 4.2 消费者的意志过程 个案分析 本章小结 关键概念 思考题 练习题 自测题 补充阅读材料第5章 消费者的个性与方法--目的链 学习目标 5.1 个性的含义与特征 5.2 消费者的个性倾向性 5.3 消费者的个性心理特征 5.4 消费者的知识 5.5 方法——目的链和消费者的参与 个案分析 本章小结 关键概念 思考题 练习题 自测题 补充阅读材料第6章 消费者的注意和理解第7章 消费者的学习和态度第8章 影响消费者行为的社会环境因素第9章 影响消费者行为的文化因素和经济因素第10章 营销组合因素与消费者行为第11章 消费者购买行为分析第12章 消费者的购买决策第13章 购后过程与顾客满意 个案分析思路自测题参考答案

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>