

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787030184290

10位ISBN编号：7030184297

出版时间：2007-2

出版时间：科学

作者：刘鲁蓉

页数：275

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>>

内容概要

《21世纪高等医药院校教材：消费心理学》主要阐述了消费心理学的基本理论、策略和方法。全书内容共分十三章，包括绪论，消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，消费者的购买需要和购买动机，消费者的购买决策和购买行为，消费者的态度、群体的消费心理特征，社会环境因素与消费心理，新产品设计推广与消费心理，商品品牌、名称、商标、包装与消费心理，商品价格与消费心理，商业广告与消费心理及销售环境与消费心理等内容，提供相应案例阐述。

《21世纪高等医药院校教材：消费心理学》采用国内外最新的相关资料，结合现代消费实践，内容精炼，案例生动，信息量大，具有较强的理论性、针对性和实用性。

《21世纪高等医药院校教材：消费心理学》适用于高等医药院校心理学、医药经济与管理类专业学生使用，也可作为其他专业的课程教材，还可作为相关行业工作者的参考用书。

<<消费心理学>>

书籍目录

总序前言第一章 绪论第一节消费心理学的研究对象和内容第二节研究消费心理学的意义第三节消费心理学的研究方法第四节消费心理学的历史与发展第二章 消费者的心理活动过程第一节消费者的感觉和知觉第二节消费者的学习和记忆第三节消费者的注意和想像第四节消费者的情绪和情感第三章 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自我概念与消费行为第四章 消费者的购买需要和购买动机第一节消费者的购买需要第二节消费者的购买动机第三节消费者购买动机的可诱导性第五章 消费者的购买决策和购买行为第一节消费者购买决策及其信息加工模型第二节消费者购买决策过程第三节购后过程第六章 消费者的态度第一节消费者态度概述第二节消费者态度形成的理论第三节消费者态度的改变第四节消费者态度的测量第七章 群体的消费心理特征第一节儿童用品市场的消费心理特征第二节青年消费心理特征第三节中老年消费心理特征第四节女性消费心理特征第八章 社会环境因素与消费心理第一节社会文化对消费心理的影响第二节社会阶层对消费心理的影响第三节参照群体对消费心理的影响第四节家庭对消费心理的影响第九章 新产品设计推广与消费心理第一节新产品设计与消费心理第二节消费者接受新产品的心理研究第三节新产品推广与消费心理第十章 商品品牌、名称、商标、包装与消费心理第一节商品品牌与消费心理第二节商品名称与消费心理第三节商标与消费心理第四节商品包装与消费心理第十一章 商品价格与消费心理第一节商品价格的心理功能第二节消费者的价格心理表现及价格判断第三节商品定价与调整的心理策略第十二章 商业广告与消费心理第一节商业广告的概念与功能第二节商业广告策划与消费者角色心理第三节商业广告的心理效果测评第十三章 销售环境与消费心理第一节购物环境与消费心理第二节销售服务与消费心理第三节销售人员服务与消费心理参考文献

<<消费心理学>>

编辑推荐

《消费心理学》适合管理类、经济类专业本科教学使用。

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>