

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787040195545

10位ISBN编号：7040195542

出版时间：2006-7

出版时间：杨海莹 高等教育出版社 (2006-07出版)

作者：杨海莹

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

消费心理学, ISBN : 9787040195545, 作者 : 杨海莹

<<消费心理学>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 心理学概述第二节 消费心理学的研究对象和研究内容第三节 消费心理学的研究方法第四节 研究消费心理学的意义本章 小结案例思考题第二章 消费者心理活动的基本过程第一节 消费者对商品的认识过程第二节 消费者的情感过程第三节 消费者的意志过程本章 小结案例思考题第三章 消费者购买决策的心理活动过程第一节 购买决策的内容和类型第二节 消费者购买决策的过程及影响因素本章 小结案例思考题第四章 影响消费者购买行为的个性心理因素第一节 能力第二节 气质第三节 性格第四节 消费者的需要第五节 消费者的购买动机第六节 消费者的兴趣本章 小结案例思考题第五章 社会因素对消费心理的影响第一节 社会群体因素对消费心理的影响第二节 社会阶层因素对消费心理的影响第三节 文化与亚文化对消费心理的影响本章 小结案例思考题第六章 政治经济因素对消费心理的影响第一节 政治因素对消费心理的影响第二节 经济因素对消费心理的影响本章 小结案例思考题第七章 商品设计心理分析第一节 商品命名心理分析第二节 商标设计与消费心理第三节 商品包装的心理功能本章 小结案例思考题第八章 价格心理分析第一节 价格的心理功能第二节 消费者的价格心理第三节 商品定价的心理策略本章 小结案例思考题第九章 广告心理分析第一节 广告的心理功能第二节 广告媒体的心理效应第三节 增强广告效果的心理策略第四节 广告心理效果的测定本章 小结案例思考题第十章 新产品设计、销售与消费心理第一节 新产品设计第二节 新产品销售的心理策略第三节 新产品促销模式本章 小结案例思考题第十一章 营销沟通与消费心理第一节 营销沟通的概念与沟通形式第二节 营销沟通技巧第三节 市场营销沟通组合本章 小结案例思考题第十二章 营销人员心理第一节 营销决策者心理素质的训练与提高第二节 营销主管心理素质的训练与提高第三节 营销员及其管理第四节 运用心理效应, 做好营销工作本章 小结案例思考题参考文献

<<消费心理学>>

编辑推荐

本教材共分为十二章，第一、二、三章主要介绍消费心理学的基本知识、基本原理；第四章讲述消费者的购买决策；第五、六章分析影响消费心理的社会、经济、政治因素；第七、八章是商品因素对消费心理的影响；第九章广告对消费心理及行为的影响；第十章新产品消费心理分析；第十一、十二章营销沟通与消费心理。

编写过程中，在借鉴近年来出版的有关专著、教材和科研成果的基础上，充分引进了新知识、新案例，突出了通俗性、趣味性。

每章后有小结、案例分析、思考题，能够帮助学生加深对理论知识的理解，培养分析问题的能力，不仅适用于高职高专培养应用型人才的需要，而且适用于成人学生与第一线的市场营销人员实际工作的需要。

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>