

<<消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787040285352

10位ISBN编号：7040285355

出版时间：2010-3

出版范围：高等教育

作者：符国群

页数：416

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>

<<消费者行为学>>

内容概要

《高等学校市场营销专业主干课程系列教材·消费者行为学（第2版）》系统和深入地拓展了基础市场营销各组成部分，诸如市场调研、消费者行为学、产品管理、分销管理、销售管理和广告管理等理论与方法的研究。

同时，对市场营销学的重要分支，诸如国际市场营销学、服务营销和绿色营销等进行了系统、深入的探索。

还结合21世纪新时代特点，从战略观念的高度来研究关系营销和营销风险管理。

《高等学校市场营销专业主干课程系列教材·消费者行为学（第2版）》可作为高等学校市场营销及相关专业本科和研究生的教材，也可作为有关理论和实际工作者的参考读物。

<<消费者行为学>>

作者简介

符国群，湖南人。

1963年生。

1983年湘潭大学数学专业毕业，1997年获武汉大学经济学博士学位，1999年获英国Aston大学管理学博士学位。

曾任教于武汉大学，现为北京大学光华管理学院市场营销系教授、博士生导师、系主任。

主要研究消费者行为、品牌管理和市场营销伦理。

著有《消费者行为学》、《商标资产研究》、《商标管理》等多部著作，在国内外学术刊物上发表论文五十余篇。

主持国家社会科学基金、国家自然科学基金和国际合作研究项目9项，企业委托项目多项。

曾获武汉大学十大杰出青年、湖北省优秀教师、霍英东教育基金会优秀教师等称号，有多项学术成果获省部级奖励。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第一篇 导论第一章 消费者行为研究概述第一节 消费者与消费者行为第二节 研究消费者行为的意义第三节 消费者行为研究的历史第四节 消费者行为研究的理论来源与方法第五节 消费者行为研究的基本框架第二篇 消费者决策过程第二章 消费者决策过程：问题认知与信息搜集第一节 消费者决策的类型第二节 问题认知第三节 信息搜集第三章 消费者决策过程：评价与购买第一节 购买前的评价第二节 购买过程第三节 店铺的选择第四章 消费者决策过程：购后行为第一节 购后冲突第二节 产品的使用与闲置第三节 消费者的满意与不满第四节 消费者不满及其行为反应第五节 重复购买与品牌忠诚第六节 产品与包装的处置第三篇 影响消费者行为的个体与心理因素第五章 消费者的资源第一节 消费者的经济资源第二节 消费者的时间第三节 消费者的知识第六章 消费者的购买动机第一节 消费者的需要与动机第二节 早期动机理论第三节 现代动机理论第四节 动机与营销策略第七章 消费者的知觉第一节 消费者的知觉过程第二节 知觉的信息加工理论第三节 消费者对产品质量的知觉第四节 消费者对购买风险的知觉与减少风险的策略第八章 消费者的学习与记忆第一节 消费者学习概述第二节 有关消费者学习的理论第三节 关于学习的一些基本特性第四节 消费者的记忆与遗忘第九章 消费者态度的形成与改变第一节 消费者态度概述第二节 消费者态度的测量第三节 消费者态度形成的理论第四节 消费者态度的改变第五节 消费者态度及行为的预测第十章 消费者的个性、自我概念与生活方式第一节 消费者的个性第二节 消费者的自我概念第三节 消费者的生活方式第四篇 影响消费者行为的环境因素第十一章 文化与消费者购买行为第一节 文化概述第二节 中国文化及其对消费者购买行为的影响第三节 消费者的文化价值观第四节 影响非语言沟通的文化因素第十二章 社会阶层与消费者购买行为第一节 社会阶层概述第二节 社会阶层的划分第三节 不同社会阶层消费者的行为差异第四节 社会阶层与消费第十三章 社会群体与消费者购买行为第一节 社会群体概述第二节 参照群体对购买行为的影响第三节 角色与购买行为第四节 群体压力与从众第十四章 家庭与消费者购买行为第一节 家庭与住户第二节 家庭生命周期与家庭人员角色第三节 家庭购买决策第四节 家庭变化趋势及其影响第十五章 口传、流行与创新扩散第一节 口传过程与意见领袖第二节 流行与消费者行为第三节 创新的扩散第十六章 情境与消费者购买行为第一节 消费者情境及其构成第二节 消费者情境的类型第三节 情境、产品和消费者之间的交互影响第十七章 消费者保护第一节 消费者保护的历史第二节 消费者保护组织与机构第三节 消费者保护涉及的主要领域第四节 企业对消费者保护运动的反应主要参考文献

编辑推荐

其他版本请见：《高等学校市场营销专业主干课程系列教材：消费者行为学（第2版）》

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>