

<<营销心理学>>

图书基本信息

书名：<<营销心理学>>

13位ISBN编号：9787121013973

10位ISBN编号：7121013975

出版时间：2005-8

出版时间：电子工业出版社

作者：冯丽华

页数：279

字数：455000

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>

<<营销心理学>>

内容概要

本书综合运用心理学、社会心理学和市场营销学的理论与方法，阐述了现代营销心理学的基本理论和营销心理策略。

全书共13章。

第1章至第6章阐明营销心理学的主要理论，系统分析消费者的心理活动过程及个性心理、消费者的购买决策心理过程、社会文化和时尚等对消费心理的影响；第7章和第11章介绍营销策略制定过程中对消费心理的研究和应用；第12章和第13章介绍市场因素对消费心理的影响、营销人员心理及营销沟通的要求与分析。

本书注重理论联系实际，吸收了中外学者有关本学科的最新研究成果，运用了许多案例来深入浅出地阐述理论问题，突出了应用性、可读性与条理性的统一。

本书是经济管理类专业的通用教材，也可供经济管理专业人员参考和社会读者使用。

<<营销心理学>>

书籍目录

第1章 营销心理学概述 1.1 心理学概述 1.2 营销心理学的发展和意义 1.3 营销心理学的含义和研究内容 1.4 营销心理学的研究原则和方法 本章小结 思考与练习 案例第2章 消费者心理过程分析 2.1 消费者心理的认识过程 2.2 消费者心理的情感过程 2.3 消费者的意志过程 本章小结 思考与练习 案例第3章 消费者的个性 3.1 个性心理概述 3.2 消费者的气质 3.3 消费者的性格 3.4 消费者的兴趣 3.5 消费者的能力 本章小结 思考与练习 案例第4章 消费者购买动机与购买行为 4.1 消费者的需要 4.2 消费者的购买动机 4.3 消费者购买决策心理 4.4 消费者购买行为分析 本章小结 思考与练习 案例第5章 群体与消费心理 5.1 消费者群体 5.2 家庭消费心理与行为 5.3 社会阶层与消费心理 本章小结 思考与练习 案例第6章 社会环境与消费心理第7章 细分市场的心理与策略第8章 新产品设计、销售与消费者心理第9章 商品品牌、色彩、包装与消费者心理第10章 价格心理第11章 广告心理第12章 营销场景与消费者心理第13章 营销人员心理参考文献

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>