

<<医疗消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<医疗消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787313047946

10位ISBN编号：7313047940

出版时间：2007-7

出版时间：上海交通大学出版社

作者：秦美娇

页数：284

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>

<<医疗消费者行为学>>

内容概要

医疗消费者行为学是一门边缘学科。

它以市场营销学、消费者行为学、社会医学、医学心理学等学科为理论基础，结合医疗领域消费者行为的特殊性，主要研究影响医疗消费者行为的外部环境因素和医疗消费者个人的内在因素，分析并阐述医疗消费者的决策过程，以及如何通过了解和掌握医疗消费者行为的特点和规律，分析、预测医疗消费者行为及其结果，为医院的经营管理提供决策依据。

本书不仅适合作为高等医学院校的教材，也可作为各级医院管理者和卫生服务机构专业人员的参考用书。

<<医疗消费者行为学>>

书籍目录

第一章 消费者行为学概述 第一节 消费者行为学的概念 第二节 消费者行为研究的演变 第三节 消费者行为与医院营销第二章 医疗消费者的资源 第一节 医疗消费者的经济资源 第二节 医疗消费者的经济收入 第三节 医疗消费者的时间、注意力和信任 第四节 医疗消费者的能力第三章 医疗消费者的需求和动机 第一节 医疗消费者需求类型 第二节 医疗消费者的动机 第三节 激励医疗消费者第四章 医疗消费者的个性、态度和生活方式 第一节 个性与消费者行为 第二节 态度与消费者行为 第三节 生活方式与消费者行为第五章 消费者心理 第一节 消费者的认识过程 第二节 消费者的情感过程和意志过程 第三节 消费者的学习第六章 人口统计特征与医疗消费者行为 第一节 年龄与医疗消费者行为 第二节 性别与医疗消费者行为 第三节 区域因素与医疗消费者行为第七章 文化、传统习惯和社会阶层与医疗消费者行为 第一节 文化对医疗消费者行为的影响 第二节 传统习惯对医疗消费者行为的影响 第三节 社会阶层与医疗消费者行为第八章 家庭、参考群体、意见领袖 第一节 家庭与消费者行为 第二节 参考群体与医疗消费者行为 第三节 意见领袖与消费者行为第九章 医疗消费者的决策过程 第一节 消费者的决策 第二节 医疗消费者决策过程模型 第三节 决定消费者决策过程的因素 第四节 影响问题解决程度的因素第十章 医疗消费者的需求确认、信息搜集、评估与选择 第一节 需求确认 第二节 信息搜集 第三节 评估与选择第十一章 医疗消费者的满意和不满 第一节 医疗消费者满意及其分类 第二节 医疗消费者满意的理论解释 第三节 影响医疗消费者满意的因素 第四节 医疗消费者对品牌的忠诚 第五节 医疗消费者不满及其行为反应第十二章 消费者的认知和参与 第一节 消费者在购买决策中的认知过程 第二节 消费者的医疗服务知识 第三节 消费者参与第十三章 营销策略对医疗消费者行为的影响主要参考文献

<<医疗消费者行为学>>

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>