

<<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：9787536141506

10位ISBN编号：7536141505

出版时间：2011-12

出版时间：广东高等教育出版社

作者：龚振

页数：317

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

消费者行为学（第二版），ISBN：9787536141506，作者：龚振 主编

<<消费者行为学>>

书籍目录

- 第1章 消费者行为学概论
- 第2章 消费者的购买决策
- 第3章 购后过程、购买态度与购买情境
- 第4章 消费者的意识、感觉和知觉
- 第5章 消费者的记忆、想象和思维
- 第6章 消费者的注意与理解
- 第7章 消费者的个性
- 第8章 消费者的产品知识和参与
- 第9章 消费者的学习
- 第10章 消费者的态度
- 第11章 影响消费者行为的社会环境因素
- 第12章 影响消费者行为的文化与经济因素
- 第13章 产品策略与消费者行为
- 第14章 价格策略与消费者行为
- 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>