

<<包装与销售心理>>

图书基本信息

书名：<<包装与销售心理>>

13位ISBN编号：9787800005015

10位ISBN编号：7800005011

出版时间：2005-8

出版时间：印刷工业出版社

作者：络光林

页数：224

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>

<<包装与销售心理>>

内容概要

本书从包装设计以及销售心理的角度出发,对包装的促销功能,包装销售心理的基本概念,包装造型、包装结构、包装装潢所产生的心理反映等分别展开了详细的论述。

全书条理清晰,对消费者需求、兴趣与购买动力,消费者的购买决策及其购买行为,包装装潢、造型设计与销售心理,包装促销策略,商品命名、品牌、商标和包装设计的心理研究,合理包装与包装市场营销等内容进行了系统介绍,并对世界各国销售包装设计特点进行了简单介绍。

本书内容丰富,较为实用。

本书适合于包装工程及相关专业的科研人员,包括设计人员、技术人员、产品促销人员使用,也可供相关专业大专院校师生参考。

<<包装与销售心理>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 包装概述第二节 心理学概述第二章 销售心理基本理论第一节 销售心理的基本理论概述第二节 感觉与知觉第三节 记忆与思维第四节 注意与想像第五节 情绪和情感第三章 消费者需求、兴趣与购买动机第一节 消费需求与兴趣第二节 消费者购买动机的形成、作用及类型第三节 购买动机的可诱导性及其应用第四节 消费者购买动机理论与购买动机调查方法第四章 消费者的购买决策及其购买行为第一节 购买决策及其类型第二节 消费者购买决策过程第三节 消费者购买行为类型与个性心理特征第五章 包装装潢、造型设计与销售心理第一节 销售包装设计的要求与程序第二节 包装装潢设计——构图、形象与文字第三节 包装装潢设计——色彩第四节 包装造型设计第六章 包闭促销策略第一节 包装设计和消费心理第二节 包装设计策略第三节 销售包装的动向第七章 新产品设计与销售过程的心理研究第一节 新产品分类与消费者心理要求第二节 新产品设计与消费者心理的分析第三节 新产品购买者类型分析第四节 商品生命周期与销售心理策略的运用第八章 商品命名、品牌、商标和包装设计的心理研究第一节 商品命名的心理研究第二节 品牌与包装第三节 商标设计的心理研究第四节 标志与招贴设计心理研究第五节 商标、品牌与商品包装装潢的关系第九章 合理包装与包装市场营销第一节 合理包装及其概念第二节 过弱包闭与欠缺包装第三节 夸大包装与过分包装第四节 全理包装设计第十章 销售商品价格的心理研究第一节 商品价格的心理功能第二节 商品包装的定价是心理研究第三节 消费者的价格心理研究第四节 定价方法中的心理因素第五节 包装对企业定价策略的影响第十一章 世界各国销售包装设计特点第一节 美洲市场包装特点第二节 欧洲市场包装特点第三节 亚洲市场包装特点第四节 其他国家的包装特点]参考文献

<<包装与销售心理>>

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>