

<<消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费心理学>>

13位ISBN编号：9787811345797

10位ISBN编号：781134579X

出版时间：2009-10

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：柯洪霞，张婷婷 著

页数：264

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>

## <<消费心理学>>

### 内容概要

《消费心理学（第2版）》是在第一版的基础上修订而成的。  
全书共分五篇：消费心理学概论；心理现象与消费心理；消费者购买决策过程；社会环境与消费心理；商业活动与消费心理。

《消费心理学（第2版）》可供经济及管理类的本科生、专科生使用，也可供经济管理、市场营销等人员以及广大消费者阅读。

## &lt;&lt;消费心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一篇 消费心理学概论第一章 绪论【学习目标】【重点难点】第一节 消费的内涵及相关的概念  
第二节 消费心理学的研究对象、方法及意义第三节 消费心理学的起源与发展【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第二篇 心理现象与消费心理第二章 消费者的心理活动过程【学习目标】【重点难点】第一节 心理学概述第二节 消费者的认识活动过程第三节 消费者的情绪、情感过程  
第四节 消费者的意志过程【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第三章 消费者的个性心理【学习目标】【重点难点】第一节 消费者的个性倾向性第二节 消费者的气质第三节 消费者的性格  
第四节 消费者的能力【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第三篇 消费者购买决策过程第四章 消费者购买决策【学习目标】【重点难点】第一节 消费者购买决策概述第二节 消费者决策过程  
与问题认知第三节 信息获取与处理第四节 备选方案的评估、选择与购买决策第五节 购后评价与行为【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第五章 消费者购买行为【学习目标】【重点难点】  
第一节 消费者购买行为的概述第二节 消费者购买行为的理论第三节 影响消费者购买行为的因素【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第四篇 社会环境与消费心理第六章 社会文化与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 社会文化概述第二节 文化、亚文化对消费者行为的影响  
第三节 中国文化的特点及对消费行为的影响第四节 消费流行与消费习俗【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第七章 社会群体与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 社会群体概述第二节  
家庭环境与消费心理第三节 消费者群体与消费心理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第五篇 商业活动与消费心理第八章 商品因素与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 商品的命名与消费心理  
第二节 商标设计心理第三节 商品包装心理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第九章 商品广告与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 商品广告的心理功能第二节 广告媒体的心理特征  
第三节 商品广告传播的心理策略及技巧【个案分析1】【个案分析2】【关键词】【讨论与思考】第十章 商品价格与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 商品价格的心理功能  
第二节 消费者的价格心理第三节 商品定价和调价的心理策略【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十一章 新产品与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 新产品设计与消费心理  
第二节 新产品推广与消费心理第三节 产品生命周期与消费心理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】第十二章 市场因素与消费心理【学习目标】【重点难点】第一节 营业环境概述第二节  
购物环境与消费心理第三节 营销服务与消费心理【个案分析】【关键词】【讨论与思考】参考书目

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>