

# 《消費文化理論（第二版）》

## 图书基本信息

书名：《消費文化理論（第二版）》

13位ISBN编号：9789578187023

10位ISBN编号：9578187025

出版时间：20050201

出版社：揚智

作者：陳坤宏

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《消費文化理論（第二版）》

## 內容概要

本書的第一版所討論的「消費文化」是以「理論」為主，針對文化、社會學、心理學、政治、市場（行銷）學、消費者的觀點、後現代主義等七個觀點，分別介紹它們對消費文化的定義、研究觀點與內容以及典型的代表人物，期望讀者對複雜多元的消費文化領域有一基本且清楚的認識。本書的第二版，除第一版原有的消費文化理論的介紹外，增加了「消費文化與商業空間關係之理論與研究」。作者將都市商業空間與零售地理的理論與研究分成：(1)1980年代以前的都市（都會區）商業空間結構理論，(2)1980年代後期至1990年代的消費文化理論以及強調零售與「都市」關連的新零售地理學，以及(3)1990年代後期至2000年以後迄今的「消費 - 社區空間成對關連」的研究等三個理論模型與研究途徑，進行十分詳盡的整理與論述，值得一讀。

這本書非常適合提供給文化研究、社會學、人類學、都市計畫、地理學、建築與城鄉發展、觀光遊憩、商學、企業管理等大專院校相關科系的師生使用，作為教科書與研讀教材均可。另外，產業界與官方部門在了解商圈特性、掌握一地區的消費文化特徵以及研提商業區規劃方案上，這本書亦可提供參考。

# 《消費文化理論（第二版）》

## 精彩短評

- 1、对消费文化这个主题梳理得比较好的入门书
- 2、概論，對各派別的簡介

# 《消費文化理論（第二版）》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)