

《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：9787040096484

10位ISBN编号：704009648X

出版时间：2001-7

出版社：

作者：苏勇

页数：193

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

《消费者行为学》

内容概要

《消费者行为学》内容简介：消费者行为学，是在市场经济条件下，企业为了提高自己的核心竞争能力，实行更有效的营销战略，而对消费者心理和行为进行研究的一门非常重要的学科。在美国等西方发达国家，消费者行为学一直是商学院学生和其他相关系科学生的一门必修课程。在市场经济中，企业的一切活动都应该围绕市场来进行，也就是围绕消费者来进行。市场的主体与核心是消费者，消费者是决定企业生存发展的命运之神。正是从这一角度出发，企业营销管理的实质可以说就是消费者需求的管理。

《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：www.tushu000.com