

《消费心理学》

图书基本信息

书名：《消费心理学》

13位ISBN编号：9787563815982

10位ISBN编号：7563815988

出版时间：2008-12

作者：田雨 编

页数：203

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

《消费心理学》

内容概要

《消费心理学》共八章，主要内容包括：绪论，消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，消费者的个性心理倾向与行为，影响消费者心理的社会环境因素，影响消费者心理的营销因素，消费者行为分析，和网络消费心理与行为。

消费心理学是一门新兴学科，是研究人们在生活消费过程中，特别是在日常购买行为中的心理活动现象及其规律的科学。企业和消费者都必须掌握消费心理学知识，以适应市场的需要。《消费心理学》系统地介绍了消费心理学的基本理论及社会实践。

《消费心理学》

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