

《消费者行为》

图书基本信息

书名：《消费者行为》

13位ISBN编号：9787300203434

出版时间：2015-1-1

作者：迈克尔·所罗门,卢泰宏,杨晓燕

页数：200

译者：杨晓燕

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》

内容概要

本书是消费者行为领域最经典的著作。营销学大师所罗门将带你探索消费者的内心世界，揭示消费者的个性特征，指引你准确把握消费者购买决策的内在动机。而大量中国本土的案例和故事，则带给你更加真实的体验。

《消费者行为》

作者简介

书籍目录

第1章 消费者：看不见的个体特征

第2章 知觉

感觉系统

暴露

注意

解释

第3章 学习和记忆

学习

工具性条件反射原理的营销应用

记忆

第4章 动机与价值观

动机过程：为什么要问为什么？

消费者介入

价值观

跨文化价值观

第5章 自我

什么是自我？

性别角色

身体形象

第6章 个性与心理图式

个性

品牌个性

心理图式

《消费者行为》

精彩短评

- 1、差。
- 2、#Libiary#
- 3、本书的框架稍微有点清晰，先分析消费者的知觉到学习记忆到动机价值观最后到自我和个性，但我觉得后面的自我加个性其实就是前面的价值观。最受不了的就是书中的心理学理论知识太多了，都是一些专有名词，完全看不懂。
- 4、认知角度阐述消费行为
- 5、结合这学期学的课本知识很受用!
- 6、不喜欢 各种营销

《消费者行为》

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