

《营销心理学》

图书基本信息

书名：《营销心理学》

13位ISBN编号：9787544242950

10位ISBN编号：7544242951

出版时间：2009-02-01

出版社：南海出版公司

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

《营销心理学》

内容概要

营销心理学，ISBN：9787544242950，作者：教育部商业职业教育教学指导委员会，王丽丽 编

《营销心理学》

书籍目录

第一章 营销心理学基本理论第一节 营销心理学的研究对象第二节 消费者的心理活动过程第三节 消费者的个性心理特征本章小结知识练习技能训练第二章 消费者的态度及特殊心理第一节 消费者的态度形成与改变第二节 消费者的特殊心理本章小结知识练习技能训练第三章 消费者的需要与动机第一节 消费者的需要第二节 消费者的动机本章小结知识练习技能训练第四章 消费者购买决策与行为第一节 消费者购买决策第二节 消费者购买行为第三节 不同类型消费者购买心理与行为本章小结知识练习技能训练第五章 社会因素与营销心理第一节 社会文化与营销心理第二节 参照群体与营销心理第三节 家庭与营销心理本章小结知识练习技能训练第六章 环境因素与营销心理第一节 商店布局与营销心理第二节 购物环境与营销心理本章小结知识练习技能训练第七章 市场因素与营销心理第一节 市场细分的心理因素第二节 市场定位与营销心理本章小结知识练习技能训练第八章 营销因素与营销心理第一节 价格与营销心理第二节 商品名称、商标、包装与营销心理第三节 广告与营销心理本章小结知识练习技能训练第九章 营销服务心理第一节 营销服务的心理效应第二节 营销人员的服务技巧第三节 消费者投诉的处理本章小结知识练习技能训练各章知识练习与技能训练参考答案与提示参考文献

《营销心理学》

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