

《市场心理决策》

图书基本信息

书名：《市场心理决策》

13位ISBN编号：9787810404112

10位ISBN编号：7810404113

出版时间：1995-05

出版社：中国矿业大学出版社

作者：吴安春,等

页数：251

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

《市场心理决策》

内容概要

内容提要

本书综合运用心理学、市场学、社会学、经济学、伦理学等学科的基本原理，对市场营销中的诸现象进行了较为系统的分析。全书内容丰富，理论联系实际，深入浅出，简明易懂。可以作为大专院校管理类专业的教学用书，也可以供经济管理部门干部、企业的经理、厂长、营销人员、产品设计人员、计划人员等自学和培训之用。

书籍目录

目录

- 第一章 市场分析
 - 第一节 市场概述
 - 第二节 市场的产生和发展
 - 第三节 市场的类型和特征
 - 第四节 我国市场模式和特征
 - 第五节 市场营销与市场营销观念
- 第二章 市场的源泉 消费者需求与消费行为
 - 第一节 视角对准市场需求
 - 第二节 消费者的购买动机
 - 第三节 消费者的购买行为
 - 第四节 消费者行为的心理过程
 - 第五节 消费者行为的个性心理特征
- 第三章 市场掠影 不同类型消费者心理分析
 - 第一节 欣欣向荣的儿童市场
 - 第二节 “绿色市场”畅想曲
 - 第三节 长盛不衰的中年市场
 - 第四节 来自“银色市场”的呼唤
 - 第五节 操纵市场的女人们
- 第四章 市场神经 价格心理
 - 第一节 商品价格的心理功能
 - 第二节 消费者的价格心理
 - 第三节 商品定价的心理策略
- 第五章 招徕顾客的秘诀 广告心理
 - 第一节 广告心理概述
 - 第二节 公众心理与广告策略
 - 第三节 特殊心理与广告策略
- 第六章 企业的财富 商标
 - 第一节 商标是企业的财富
 - 第二节 创立驰名商标
 - 第三节 商标的保护与利用
- 第七章 市场热点 消费流行及其他
 - 第一节 消费流行
 - 第二节 泛滥的假冒伪劣产品
- 第八章 致胜之道 营销决策
 - 第一节 商机的捕捉与利用
 - 第二节 抢占市场制高点
 - 第三节 扩大营销的创造性策略
- 第九章 三尺柜台有秘密 营销服务心理
 - 第一节 无形的产品：营销服务
 - 第二节 营销服务的内容和形式
 - 第三节 营销服务的艺术技巧
 - 第四节 营业员的行为与心理特征
 - 第五节 营业员的素质与修养
- 第十章 无形的资产 商业文化
 - 第一节 开拓进取的大趋势：商业精神
 - 第二节 商业企业形象

第三节 商业文化之根本：企业教育

第四节 君子爱财，取之有道：商业道德

《市场心理决策》

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