

《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：9787111111962

10位ISBN编号：7111111966

出版时间：2003-1

出版社：机械工业出版社

作者：符国群

页数：719

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（原书第8版），ISBN：9787111111962，作者：（美）德尔·I.霍金斯（Del I.hawkins）等著；符国群等译；符国群译译

《消费者行为学》

精彩短评

- 1、系统性很好
 - 2、不厚的书，当作提纲看比较好
 - 3、看了三分一。看不出哪儿好，讲的东西好像正常人都知道？
 - 4、真心不错，这个出版社的营销类书籍我看过基本
 - 5、结构完整，每部分按照理论—研究方法—营销运用的结构来写，挖掘深入而又不乏实用性。 PS：可下载电子版（我是在新浪共享下的）
 - 6、去年，这个时候，我就一直在想，我是读这个呢？还是读那个呢？其实还是老大的ppt比较实惠。
 - 7、这本书是美国经典教材，很难轻松的阅读，除非你阅读能力良好+相关基础知识过硬，但真的很长见识。
 - 8、专业的东西是我真心不想看的。
 - 9、课本
 - 10、这就是那本差点把我弄成脑残的书！！！！
 - 11、确实是一本好书。
- 不过要得到更多，不能局限于这本书，从每章节后面的习题就知道：还有许许多多的实践。
- 12、以美国为中心的教科书 看的太痛苦
 - 13、暂时还没有看完，但是第二部分消费者行为的外部影响方面，把美国社会分析得很清楚了，当做了解美国社会的读物来说，也是极好的！
 - 14、洋溢着浓浓的20世纪美国风情
 - 15、看过，然后就忘了
 - 16、企业，消费者和监督机构三方都照顾到了~
 - 17、拥有大量的新鲜案例，系统的梳理了营销战略与消费者行为的关系，前沿理念的详细讲解可以快速了解与掌握国际最新动态。好理解，耐看并实用
 - 18、很久前看过一遍，不过最近看完无价后对很多东西又有了新的体会，近期准备重新再翻一遍。
 - 19、不错，学到不少，营销学基础课程。

《消费者行为学》

精彩书评

- 1、同一学科的著作出现几个版本的竞争，前几年是经济学，管理学，或者营销学，而如今，这场战斗蔓延到了消费者行为学。霍金斯的版本大量地融入了与互联网技术相关的最新研究、实践和实例，而迈克尔·R·所罗门(Michael R. Solomon)则将优势体现为对广告与营销领域的消费者关注。同时对比来看，霍金斯的版本更严谨，也更以理解一点。
- 2、作者显然是多年从事小消费者行为学研究的专家，论述完整，引例具体详实，分析恰当准确。表达清晰而且容易让人理解和接受，在很多的消费者行为学的研究论述著作中，的确算是研究比较系统地著作，力荐!

《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