

《消费者心理学》

图书基本信息

书名：《消费者心理学》

13位ISBN编号：9787302140658

10位ISBN编号：7302140650

出版时间：2007-1

出版社：清华大学出版社

作者：罗子明

页数：392

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

《消费者心理学》

内容概要

《消费者心理学》(第3版)内容主要包括：分析消费者获取消费信息，产生消费需要与动机、形成购买决策、享受消费价值、获得消费体验时结束的完整过程；分析消费者的个性对消费心理的影响；介绍消费群体的心理特点；分析商品、营业环境、广告宣传、社会环境等因素与消费者心理之间的关系等。书中所选案例丰富，介绍的研究方法具有较强的实用性。

《消费者心理学》

书籍目录

第1章 概述 第1节 研究消费者心理的意义 第2节 研究消费者心理的历史 第3节 研究消费者心理的机构
第2章 研究消费者心理的项目 第1节 研究消费者心理的商业项目 第2节 研究消费者心理的学术性项目
第3节 研究消费者心理的技术第3章 研究消费者心理的原则与方法 第1节 研究消费者心理的原则 第2节
研究消费者心理的方法 第3节 研究误差及其处理第4章 消费者心理与意识 第1节 心理与意识 第2节 消
费者心理过程及角色 第3节 消费者心理的特征 第4节 生理因素与消费者心理第5章 消费者的信息获得
第1节 注意的心理 第2节 消费者的感觉 第3节 消费者的知觉 第4节 消费者的学习与经验积累第6章 消
费者情绪与态度 第1节 消费者情绪 第2节 消费者态度 第3节 消费者联想第7章 消费者动力 第1节 消
费需要 第2节 消费动机 第3节 需要与动机研究第8章 消费决策与购买 第1节 消费者决策与准备 第2节
购买行为研究第9章 消费体验与品牌忠诚 第1节 消费体验与满意度理论 第2节 消费者品牌忠诚第10章
消费兴趣与消费习惯 第11章 消费群体的心理第12章 社会因素与消费者心理第13章 商品因素与消费者
心理第14章 广告与消费者心理第15章 营业环境与消费者心理第16章 消费者权益保护附录1：主要专业
词汇汉英对照附录2：主要参考文献

《消费者心理学》

编辑推荐

《消费者心理学》(第3版)可作为高等院校经济、企业管理、营销、公关、广告等专业的教材使用，也适合从事企业经营管理、产品研发、营销策略、市场调研等工作的人员阅读。

《消费者心理学》

精彩短评

- 1、消费者心理学
- 2、看的我脑阔疼，
- 3、还没看呢不知道还没看呢不知道
- 4、还没看~不过感觉挺好的
- 5、不错，
- 6、值得学习，受益匪浅。
- 7、我虽不是做市场营销的，可消费者心理学对我们常人也是很有用处的，心理学就是实用学，实实在在研究人的心理，源于生活用于生活。不管是不是做市场营销，大家都该看看。推荐。
- 8、这本书就是教材书，专业和概念讲得很细，我看得有些困，不过说的一些东西挺耐人寻味的，得仔细研究才行！
- 9、营销基础
- 10、对初学的我来说，学到了不少东西。讲的很广泛，有助于扩展
- 11、看了一半实在是看不下去了...感觉作者中文表达能力有问题。想了解的东西它也没有给我。
- 12、老师推荐的，是教材。
- 13、内容充实，详尽，不错
- 14、教材，纯理论看的头疼
- 15、营销书籍
- 16、中规中矩的营销学书籍，适合学生或者新人阅读。
- 17、虽然看起来有点枯燥，但是还是学到了不少东西，作为一个初学者的角度来看，还是很有用的。
- 18、想买书看看，学习一下心理学，没有想到这个高职课本。买错了
- 19、借了这本书一直没机会读，最近几个月闲暇时间刚好走马观花看了一把，感觉不错。
- 20、书的内容还挺丰富的，但是打开包裹的时候好失望，书没有用塑料纸封，而且封面还有折痕，我明明买的是新书，书的封面上竟然还有一道圆珠笔画的线，真是无语了。
- 21、这个不错呦！

《消费者心理学》

精彩书评

1、概念性论述，缠绵于生活，枯燥，实用。

《消费者心理学》

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