

《商务心理》

图书基本信息

书名：《商务心理》

13位ISBN编号：9787542902788

10位ISBN编号：7542902784

出版时间：1997-01

出版社：立信会计出版社

页数：246

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

《商务心理》

内容概要

本书抓住了商品生产和经贸活动与消费者的心理关系这个主线展开，共分十章。首先在研究商务心理学的由来与发展、对象、方法及其理论渊源的基础上，接着较全面，详细地阐明了市场消费者购买行为和商品设计、销售、命名、商标、包装、价格、分类、广告、商店设计等客体与消费心理的关系，最后着重研究了如何提高广大商务工作者主体的心理品质为结束。在编写中，除了借鉴国外商务管理心理的经验外，注意吸收了国内学术界的研究新成果，努力联系我国近年来的商务工作的实际，力求通俗易懂，雅俗共赏，便于操作。因此，理论性，科学性与实用性三者结合是本书的最大特色。本书既可供工商经贸管理人员以及个人、团体营业人员的读物，又可作为财经院校商留经济专业和商业大、中专院校以及商业、财贸干部学校等的教材。

《商务心理》

作者简介

蒋士逵 1932年生，上海市人。别名姜衡。上海师范大学马克思主义哲学教授。在工作中，不仅组建了政教系、马列主义理论部、而且由于在领导、教学、科研等方面表现较突出，所以四次被上海师大评为校先进工作者，荣获上海市教委《当代中国马克思主义理论与实践》一书优秀奖。40多

《商务心理》

书籍目录

前言第一章 商务心理学导论 第一节 商务心理学的由来和发展 第二节 商务心理学的研究对象 第三节 研究商务心理学的意义 第四节 研究商务心理学的科学方法第二章 商务心理学的理论基础 第一节 科学心理的实质 第二节 感觉与知觉 第三节 记忆与联想 第四节 思维与想象 第五节 注意与兴趣 第六节 感情与意志第三章 消费者购买行为的心理 第一节 消费者的心理活动过程 第二节 消费者的消费需求心理 第三节 购买行为类型与个性心理特征第四章 商品设计与销售中的心理 第一节 商品分类与消费者心理要求 第二节 商品设计与消费心理 第三节 新产品购买者的类型 第四节 商品生命运行与营销心理策略第五章 商品命名、商标、包装与消费心理 第一节 商品命名与消费心理 第二节 商标设计与消费心理 第三节 商品包装与消费心理第六章 商品价格与消费心理 第一节 商品价格的心理意义 第二节 认识商品价格的心理现象 第三节 商品订价的心理策略与方法第七章 消费商品分类市场的心理 第一节 儿童少年商品市场的心理特点 第二节 青年商品市场的心理特点 第三节 女性商品市场的心理特点 第四节 老年商品市场的心理特点第八章 商务广告与消费心理 第一节 商务广告的心理意义 第二节 商务广告媒体的心理特点 第三节 增强商务广告心理效果的方法第九章 商店设计与消费心理第十章 商务工作者的心理素质

精彩短评

1、其他还是不错的

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