

# 《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：9787810449625

10位ISBN编号：7810449621

出版时间：2001-9-1

出版社：东北财经大学出版社

作者：荣晓华

页数：239

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](http://www.tushu000.com)

# 《消费者行为学》

## 内容概要

本书首先阐明了了解消费者行为的重要意义，然后从分析消费者的购买决策入手，全方位地剖析了影响消费者购买决策与购买行为的因素。

## 书籍目录

第1章 概述

第2章 消费者的决策

第3章 消费者购买行为分析

第4章 影响消费者行为的个人因素（上）

第5章 影响消费者行为的个人因素（中）

第6章 影响消费者行为的个人因素（下）

第7章 环境因素与消费者行为（上）

第8章 环境因素与消费者行为（下）

第9章 营销因素与消费者行为（上）

第10章 营销因素与消费者行为（下）

附录 自测题参考答案

主要参考文献

# 《消费者行为学》

## 精彩短评

- 1、 预告炫技炫得过瘾，不知剧情如何。
- 2、 我相信好的营销师绝对不是看这类书看出来的，都是实践出来的。理论这东西看看总结总结就是，太当回事就自己把自己坑了。理论没有实际，味同嚼蜡。

# 《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](http://www.tushu000.com)