

图书基本信息

书名：<<消费者服务购买决策过程的影响机制研究>>

13位ISBN编号：9787500486510

10位ISBN编号：7500486510

出版时间：2010-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：孙瑾

页数：180

字数：200000

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：<http://www.tushu007.com>

内容概要

孙瑾的《消费者服务购买决策过程的影响机制研究》以认知心理学领域的结构匹配模型为理论基础，重点研究消费者对服务品牌评价的形成机制，书中包括了：理论基础与文献回顾、理论研究框架与假设、数据分析与结果等内容。

本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

书籍目录

- 序言
- 致谢
- 第一章 导论
 - 第一节 问题的提出
 - 第二节 研究意义和创新
 - 第三节 章节概要
- 第二章 理论基础与文献回顾
 - 第一节 消费者决策过程
 - 第二节 结构匹配模型
 - 第三节 服务类型
 - 第四节 目标导向
- 第三章 理论研究框架与假设
 - 第一节 可比属性和不可比属性在消费者服务品牌评价时的不同作用
 - 第二节 消费者目标导向对可比属性和不可比属性使用的影响
 - 第三节 控制变量的影响
- 第四章 实证研究设计与方法
 - 第一节 研究一
 - 第二节 研究二
 - 第三节 研究三
 - 第四节 研究四
 - 第五节 研究五
 - 第六节 研究六
 - 第七节 研究七
 - 第八节 数据分析方法和统计工具
- 第五章 数据分析与结果
 - 第一节 研究一的数据分析
 - 第二节 研究二的数据分析
 - 第三节 研究三的数据分析
 - 第四节 研究四的数据分析
 - 第五节 研究五的数据分析
 - 第六节 研究六的数据分析
 - 第七节 研究七的数据分析
- 第六章 结论
 - 第一节 研究结论和讨论
 - 第二节 研究贡献
 - 第三节 管理实践意义
 - 第四节 局限性和未来研究方向
- 附录一 研究一所采用的实验问卷
- 附录二 研究二所采用的实验问卷
- 附录三 研究三所采用的实验问卷
- 附录四 研究四所采用的实验问卷
- 附录五 研究五所采用的实验问卷
- 附录六 研究六所采用的实验问卷
- 附录七 研究七所采用的实验问卷
- 参考文献

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:<http://www.tushu007.com>