

<<消费者心理与行为>>

图书基本信息

书名：<<消费者心理与行为>>

13位ISBN编号：9787500536093

10位ISBN编号：7500536097

出版时间：1998-09

出版时间：中国财政经济出版社

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>

<<消费者心理与行为>>

内容概要

消费者心理与行为, ISBN : 9787500536093, 作者 : 罗子明主编

<<消费者心理与行为>>

书籍目录

第一章 概述

- 第一节 研究消费者心理和行为的意义
- 第二节 我国研究消费者心理和行为的历史
- 第三节 国外研究消费者心理和行为的情况介绍
- 第四节 消费行为的一般过程
- 第五节 三个基本概念
- 第六节 消费者行为的特征

第二章 消费者心理的基本过程

- 第一节 心理与意识
- 第二节 生理特点对于消费心理和行为的影响
- 第三节 消费者的注意
- 第四节 消费者的感觉
- 第五节 消费者的知觉过程
- 第六节 消费者的经验积累与学习
- 第七节 消费者的联想
- 第八节 消费者的情绪与情感

第三章 消费者心理和行为的动力过程

- 第一节 消费者需要及类型
- 第二节 消费动机
- 第三节 消费者的购买过程和购后心理

第四章 消费者的心理和行为特征

- 第一节 消费者的消费观
- 第二节 消费态度
- 第三节 消费者的兴趣
- 第四节 消费习惯
- 第五节 消费者的气质特征
- 第六节 消费者的性格特征
- 第七节 消费者的消费技能

第五章 消费群体的心理和行为

- 第一节 消费群体
- 第二节 参照群体
- 第三节 不同年龄消费群体的心理和行为特点
- 第四节 不同性别消费群体的心理和行为特征
- 第五节 不同职业消费群体的心理和行为特征

第六章 社会性因素对消费者心理和行为的影响

- 第一节 家庭对消费心理和行为的影响
- 第二节 社会消费习俗与消费行为的关系
- 第三节 宗教信仰对消费者行为的影响

第七章 商品因素与消费心理和行为

- 第一节 商品的功能
- 第二节 商品名称与商标的心理效应
- 第三节 商品包装的心理效应
- 第四节 商品价格
- 第五节 商品生命发展周期与消费者心理
- 第六节 广告与消费者心理和行为

<<消费者心理与行为>>

第八章 营业环境与消费者的心理和行为

第一节 营业环境的外部形象设计

第二节 内部营业环境布局

第三节 营业环境所提供的服务

第四节 营业环境提供的便利条件

第五节 售货员与顾客的心理沟通

第九章 研究消费者心理和行为的原则与方法

第一节 研究消费者心理和行为的原则

第二节 各类研究方法的介绍

第三节 研究消费者心理和行为的主要项目

第四节 主要统计分析工具介绍

第十章 消费者权益的保护

第一节 消费者权益概述

第二节 保护消费者权益的具体内容和措施

第三节 消费者权益受损害心理分析

<<消费者心理与行为>>

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>