

<<消费行为心理学>>

图书基本信息

书名：<<消费行为心理学>>

13位ISBN编号：9787542911230

10位ISBN编号：7542911236

出版时间：2003-05-01

出版时间：立信会计出版社

作者：陶国富

页数：327

字数：292000

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>

<<消费行为心理学>>

内容概要

消费行为心理学研究一个理论与操作并行的研究课题。

我国加入WTO以后，我们的社会主义市场经济逐步与世界经济接轨。

在东西方经济文化的碰撞、渗透和交融的进程中，一方面，发达国家的许多消费行为研究与消费心理研究的诸多理论不断渗入我国，为我们的研究平添了不少信息和经验；另一方面，我国消费者的文化物质需求日益发展和提升，人们的消费水平正在逐渐与世界发达国家的消费水平接近；而且，出现了富有我国特色的消费行为心理文化。

这一切为消费行为心理研究，拓展了新的发展空间，目前正是我们消费行为心理研究学者进行理论创新的战略机遇期。

本著作的主要内容包括：消费行为心理研究的历史与发展、消费个体心理与心理过程的研究、消费社会因素影响的研究、群体心理影响与消费行为心理的研究、消费的文化影响与个体因素的研究、消费的品牌忠诚与决策过程研究、广告价格与消费效率行为研究、营业环境中消费行业心理的研究、电子商务与消费行为心理的研究、消费者购飞翔行为与满意程度的研究、消费者受害心理与保护的研究等。

从事论层面上看，基本涉及了消费行为心理研究的方方面面。

<<消费行为心理学>>

作者简介

陶国富，1950年11月21日生，浙江慈溪人。

学院人文研究所副所长，《思想道德修养》课程建设负责人，副教授。

现是国家级学术刊物《中国青年研究》特约撰稿人，上海市教委两课评估专家组成员，上海市邓小平青年思想研究中心研究员，上海大学生研究中心研究员上海市青年管理

<<消费行为心理学>>

书籍目录

第1章 绪论 A消费行为与心理研究的历史与发展 B消费行为心理研究的对象与特征 C消费行为心理研究的来源与方法 C消费行为心理研究的应用第2章 消费个性心理与心理过程 A消费活动中的感觉与心理过程 B消费活动中的知觉与心理过程 C消费者的注意、记忆与心理过程第3章 消费的社会因素的影响 A消费活动中消费习俗的影响 B消费活动中社会群体的影响 C流行对消费行为的影响第4章 群体影响消费行为心理 A消费者主要群体的行为心理特征 B消费者职业群体的行为心理特征 C消费活动中的暗示与从众第5章 消费的文化影响与个体因素 A消费活动中的文化价值观 B人们的一般消费习惯 C消费的一般习惯特征 D人们的一般消费能力第6章 消费的品牌忠诚与决策过程 A消费体验与满意度理论 B消费者的品牌心理与行为 C消费者的购买决策与过程第7章 广告、价格与消费行为心理 A广告在消费中的心理功能 B商品价格的心理机制 C主观价格与客观价格第8章 营业环境的消费行为心理 A消费中的情境因素 B服务与顾客的心理沟通 C服务质量体系与研究第9章 电子商务与消费行为心理 A电子商务与消费者心理 B网络的互动优势与互动营销 C电子商务的现状与发展第10章 消费者的购买行为与满意程度 A消费者购买行为理论 B消费者购买行为过程 C消费者购买行为类型 D消费者购买心理过程第11章 消费群体市场心理与研究第12章 绿色消费心理与行为第13章 消费者受害心理与保护主要参考书目后记

<<消费行为心理学>>

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