

《消费心理学 第2版》

书籍信息

版次：2

页数：

字数：

印刷时间：2012年07月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787111386599

丛书名：普通高等教育规划教材

内容简介

《普通高等教育规划教材：消费心理学（第2版）》共有13章，内容包括绪论、消费者需要与购买动机分析、消费者购买商品的心理过程、消费者的个性心理与消费行为、消费者的态度与价值观、消费者的购买行为与决策、消费群体与消费心理、社会文化与消费心理、产品组合与消费心理、商品价格与消费心理、广告与消费心理、消费环境与消费心理、消费心理的变化与发展。为方便读者学习，每章附有复习思考题和案例分析。

《普通高等教育规划教材：消费心理学（第2版）》体系完整，结构合理，内容全面，理论联系实际，可作为高等院校市场营销等相关专业的教材，也可作为工商企业管理人员、业务人员的学习参考书。

目录

前言

第一章 绪论

第一节 消费心理学的研究对象和内容

第二节 消费心理学的产生与发展

第三节 消费心理学的研究方法与研究意义

第四节 与消费者心理有关的概念

复习思考题

案例分析

第二章 消费者需要与购买动机分析

第一节 需要概述

第二节 消费需求结构

第三节 需求对消费者行为的影响

[显示全部信息](#)

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