

<<消费社会学新论>>

图书基本信息

书名：<<消费社会学新论>>

13位ISBN编号：9787303122011

10位ISBN编号：730312201X

出版时间：2011-5

出版时间：北京师范大学出版社

作者：彭华民 编

页数：333

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>

<<消费社会学新论>>

内容概要

本书评述了社会福利视角下的需要研究、社会福利制度研究、贫穷问题与需要不能满足、社会排斥、需要研究方法领域中主要的理论观点，提出了研究被社会排斥的贫穷社群以及他们需要的框架，分析了中国的贫穷问题与反贫穷的制度安排。

书中语言严谨、逻辑性强，全书层次分明，虽有体系但不惟体系，各章都有一个明确的主题。

<<消费社会学新论>>

书籍目录

- 第一章 消费社会学的研究对象与地位
- 第二章 消费社会学理论
- 第三章 消费行为
- 第四章 消费者家庭
- 第五章 消费者群体
- 第六章 女性与消费
- 第七章 消费文化
- 第八章 消费流行
- 第九章 消费者的社会分层
- 第十章 消费者权益
- 第十一章 消费者组织
- 第十二章 消费者运动
- 后记

<<消费社会学新论>>

章节摘录

第三节 家庭的消费决策 一、家庭消费决策的概念和类型 家庭消费决策,是指家庭成员在家庭活动中,根据家庭需要确定需要实现的目标,依据所掌握的消费信息、按照家庭的经济条件,选择实现目标的正确途径和方法,作出消费某种商品或劳务决定的过程。

(一) 家庭消费决策的重要性 家庭消费决策对于家庭来说是十分重要的。首先,家庭消费决策是家庭消费行动的先导,消费决策是家庭管理的重要一环。其次,消费决策能使家庭成员在多种方案中进行优化选择,使消费行为能在最大限度上满足家庭成员的需要。

再次,消费决策针对未实现的经济行为而进行预测,科学的消费决策能减少家庭不必要的浪费和损失。

如购买汽车,家庭成员可以根据家庭人数、主要使用用途、汽车生产厂家、汽车安全性能、汽车外形和颜色以及是否节油环保、售后服务等方面各自发表见解,经过争辩以及信息收集和分析,最终确定家庭购买汽车的品牌和类型。

家庭消费决策在家庭大项目开支上的作用十分明显,在一般的日常用品购买中,虽然决策的过程和时间比前者短,但是决策行为对购买仍然起了不可低估的作用。

因此,企业对家庭决策的分析应成为其营销战略的基础之一。

(二) 家庭消费决策的依据 家庭消费决策的依据包括两个内容,一个是家庭的生活目标,一个是实现家庭生活目标的时间表。

希尔是主张以家庭作为消费决策基本单位的主要代表人物,他提出了“家庭文化”是消费决策依据的论点。

在消费意义上的家庭文化,是指家庭的生活目标和实现目标的时间表。

据希尔的解释,在现代社会,每个家庭都是一个基本的消费决策单位。

一个家庭从建立之日起(通常从结婚之日算起),就制定了自己的“消费方针”,其中包括预定的“生活目标”和达到这些目标的“时间表”。

所谓“生活目标”,指有一套自己的住宅,使家庭生活安定下来,对子女的抚养、教育和婚姻的考虑,以及本人的退休等人生事项。

.....

<<消费社会学新论>>

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>