

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>

<<消费者服务购买决策过程的影响 >

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>