

<<消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787565500572

10位ISBN编号：7565500577

出版时间：2011-3

出版时间：中国农业大学出版社

作者：肖立 编

页数：294

字数：450000

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>

<<消费者行为学>>

内容概要

本书从管理与运用角度，循着消费者决策过程及影响消费者行为的因素这一主线展开编写。本书内容分为6部分：第一部分是导论；第二部分是消费者购买行为和决策过程；第三部分是消费者的心理活动基础；第四部分是消费者群体的心理与行为；第五部分是社会环境与消费者行为；第六部分是市场营销与消费者行为。

本书体系结构合理、内容言简意赅、案例丰富、内容新颖、可读性强、编写体例形式丰富多样。

本书可作为高等院校经管类专业及相关专业的教材或教学参考书，也可作为有关理论研究工作者、企业管理者和营销人员的参考读物。

<<消费者行为学>>

书籍目录

第一部分 导论

第1章 消费者行为学概述

- 1.1 消费、消费者与消费者行为
 - 1.1.1 消费
 - 1.1.2 消费者
 - 1.1.3 消费者心理与消费者行为
- 1.2 消费者行为学的研究内容
- 1.3 消费者行为学的学科性质和发展
 - 1.3.1 消费者行为学的学科性质
 - 1.3.2 消费者行为学的研究历史
 - 1.3.3 消费者行为学的研究发展趋势
- 1.4 消费者行为研究的意义和方法
 - 1.4.1 消费者行为研究的意义
 - 1.4.2 消费者行为研究的方法
 - 1.4.3 消费者行为研究的困难性

本章小结

本章习题

第二部分 消费者购买行为和决策过程

第2章 消费者购买行为

- 2.1 消费者购买行为理论
 - 2.1.1 习惯建立理论
 - 2.1.2 信息加工理论
 - 2.1.3 风险减少理论
 - 2.1.4 边际效用理论
 - 2.1.5 其他观点
- 2.2 消费者购买行为模式
 - 2.2.1 消费者购买行为的一般模式
 - 2.2.2 科特勒刺激反应模式
 - 2.2.3 尼科西业模式
 - 2.2.4 恩格尔—科拉特—布莱克威尔模式
 - 2.2.5 霍华德—谢思模式
- 2.3 消费者购买行为分析
 - 2.3.1 消费者购买行为的一般特征
 - 2.3.2 消费者购买行为的类型
 - 2.3.3 消费者购买行为分析方法

本章小结

本章习题

第3章 消费者购买决策过程

- 3.1 问题认知
 - 3.1.1 问题认知过程
 - 3.1.2 影响问题认知的因素
- 3.2 信息搜集
 - 3.2.1 内部信息搜集
 - 3.2.2 外部信息搜集
- 3.3 评价选择
 - 3.3.1 确定产品评价标准

<<消费者行为学>>

- 3.3.2 确定产品评价标准的相对重要性
- 3.3.3 确定备选产品在每一标准下的绩效值
- 3.3.4 选择评价规则

3.4 购买

- 3.4.1 从购买意向到实际购买
- 3.4.2 店铺的选择
- 3.4.3 无店铺销售
- 3.4.4 冲动性购买

3.5 购后行为

- 3.5.1 产品的安装与使用
- 3.5.2 产品的闲置
- 3.5.3 产品处置
- 3.5.4 产品使用评价

本章小结

本章习题

- 第三部分 消费者的心理活动基础
- 第四部分 消费者群体的心理与行为
- 第五部分 社会环境与消费者行为
- 第六部分 市场营销与消费者行为
- 参考文献

编辑推荐

科学实用：面向应用型人才就业，具备大量当前实用案例，注重培养学生实践能力。
内容新颖：借鉴国内外最新教材，融会当前最新理论，遵循最新发布各项准则、规范。
系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整。
方便教学：网上提供完备的电子教案、习题参考答案等教学资源，适合教学需要。

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>