

营销心理与谋略



[营销心理与谋略_下载链接1_](#)

著者:窦胜功

出版者:东北大学出版社

出版时间:1994-08

装帧:平装

isbn:9787810068093

内容提要

本书分4篇共计15章。原理篇主要介绍营销心理学的研究对象、任务和方法；介绍了营销心理的基本知识和购买者心理活动过程；购买行为的类型及其影响因素。经营篇主要介绍商品设计、生产与心理；商品名称、款式、商标、包装与心理；商品价格与心理。促销篇主要介绍商品广告与心理；人员推销与心理；商店（场）环境与心理；柜台营销与心理；营销谈判与心理

以及营销人员的心理素质。谋略篇主要介绍营销活动的艺术与技巧；国际市场营销策略；选编了营销艺术30法、营销技巧20例、营销策略口诀80条。

本书体系完整、结构严谨、内容丰富全面；理论联系实际，既有论述，又有案例，可读性强；语言通俗易懂，文字流畅，适用性较广。本书既可作为大专院校、各类管理干部院校、职工学校、培训中心和成人教育的教材或教学参考书；也可作为工商企业、饮食服务业、外贸和旅游等部门的领导干部、管理干部、从事营销实际工作的专业人员的培训教材；并可供一切有志于从事商品营销活动研究和学习的人员阅读。

作者介绍:

作者简介

窦胜功，山东省莱芜市人，生于1945年，1970年毕业于东北工学院机械系（现东北大学机械工程学院）。现为辽宁省行为科学学会秘书长，东北大学工商管理学院副教授。主要从事《管理心理学》和《公共关系学》的教学

与研究工作。多年来，在理论研究和教学、社会实践的基础上编著了《公共关系理论与实务》、《现代公共关系学》、《现代社交礼仪》、《领导科学》、《职业道德教育读本》、《保险常识问答》、《经济法问答与安全》等，并参与合著了《管理心理学》、《中国厂长（经理）手册》、《中国工程师技术方法大全》等。

目录: 目录

原理篇

前言

第一章 营销心理学概论

第一节 营销心理学的研究对象

第二节 营销心理学的研究任务

第三节 学习营销心理学的目的和意义

第四节 营销心理学的学习和研究方法

第二章 营销心理学的基本理论

第一节 心理的实质

第二节 认识活动

第三节 情感活动

第四节 意志活动

第五节 个性特征

第三章 消费者的购买心理与行为

第一节 消费者购买的心理活动过程

第二节 消费者的需要与动机

第三节 消费者购买行为类型

第四节 影响消费心理与行为的因素

经营篇

第四章 商品设计心理

第一节 商品的基本概念

第二节 新产品分类与心理

第三节 产品设计与心理

第四节 产品购买者类型分析

第五章 商品名称 商标 包装心理

第一节 商品名称与心理

第二节 商品的商标心理

第三节 商品包装心理

第六章 商品价格心理

第一节 商品价格的心理功能

第二节 消费者价格心理
第三节 商品定价的心理策略
促销篇
第七章 商业广告心理
第一节 商业广告的心理功能
第二节 广告媒体与心理
第三节 广告设计制作与心理
第四节 增强广告效果的心理方法
第八章 人员推销心理
第一节 人员推销的心理特点与程序
第二节 寻找和接近买主
第三节 劝购的心理技巧
第四节 诱购的心理技巧
第五节 排除购买的心理障碍
第九章 商店（场）环境心理
第一节 商店（场）的设置与心理
第二节 商店（场）内部装饰与心理
第三节 商品摆放与心理
第四节 橱窗设计与心理
第十章 柜台营销心理
第一节 柜台销售与营业员心理
第二节 柜台接待与心理
第三节 柜台销售与心理
第十一章 营销谈判心理
第一节 营销活动与商务谈判
第二节 营销谈判的心理准备
第三节 营销谈判的程序
第四节 营销谈判的心理技巧与策略
第十二章 营销人员的心理素质
第一节 营销人员仪表品质素养
第二节 营销人员的情感品质
第三节 营销人员的意志品质
第四节 营销人员的能力品质
谋略篇
第十三章 营销技巧与艺术
第一节 调查市场，预测信息
第二节 巧妙经营，扩大销售
第三节 优质服务，和气生财
第四节 诚实信誉，公平买卖
第十四章 国际市场营销
第一节 国际市场营销环境
第二节 目标市场与国际营销方式
第三节 国际市场营销策略
第十五章 营销谋略案例
第一节 营销艺术三十法
第二节 营销技巧二十例
第三节 营销策略口诀八十条
后记
• • • • • (收起)

[营销心理与谋略_下载链接1](#)

标签

K3A营销

评论

[营销心理与谋略_下载链接1](#)

书评

[营销心理与谋略_下载链接1](#)