

消费者心理学



[消费者心理学_下载链接1](#)

著者:罗子明

出版者:清华大学出版社

出版时间:2007-1

装帧:

isbn:9787302140658

《消费者心理学》(第3版)内容主要包括：分析消费者获取消费信息，产生消费需要与动机、形成购买决策、享受消费价值、获得消费体验时结束的完整过程；分析消费者的个性对消费心理的影响；介绍消费群体的心理特点；分析商品、营业环境、广告宣传、社会环境等因素与消费者心理之间的关系等。书中所选案例丰富，介绍的研究方法具有较强的实用性。

作者介绍:

目录:

[消费者心理学_下载链接1](#)

标签

消费心理学

消费者心理学

心理学

营销

消费者心理

老罗推荐

消费者行为学

消费者

评论

看的我脑阔疼，

杂乱。

中规中矩的营销学书籍，适合学生或者新人阅读。

被书名骗系列.....这本书就是典型的“绝对正确的话”的无节操罗列，不但素材过时，而且对于真正市场毫无意义，作为教材误人子弟，学完屁用没有，作为素材坑人钱财，整本书就没有正经在讲消费心理，劝各位想要入手的小伙伴可以歇了

我虽不是做市场营销的，可消费者心理学对我们常人也是很有用处的，心理学就是实用学，实实在在研究人的心理，源于生活用于生活。不管是不是做市场营销，大家都该看看。推荐。

教材，纯理论看的头疼

看了一半实在是看不下去了...感觉作者中文表达能力有问题。想了解的东西它也没有给我。

跳着看看就行。

营销基础

作为学生论文素材可以引用，大多内容都是美国学者已经研究过的了，跟迈克尔所罗门的书差不多，不过本书附带国内研究方法，对于学生还是有帮助的

借了这本书一直没机会读，最近几个月闲暇时间刚好走马观花看了一把，感觉不错。

不错，

[消费者心理学_下载链接1](#)

书评

概念性论述，缠绵于生活，枯燥，实用。

[消费者心理学_下载链接1](#)