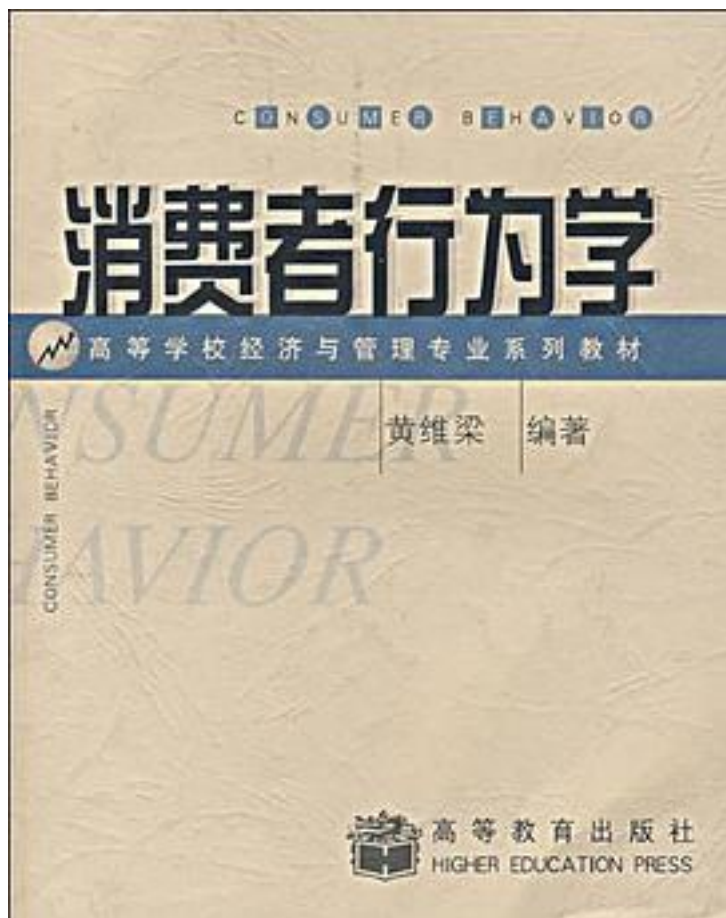


消费者行为学



[消费者行为学_下载链接1](#)

著者:德尔I.霍金斯 编

出版者:机械工业出版社

出版时间:2007-9

装帧:

isbn:9787111223771

本书是《消费者行为学》最新的第10版。全书共分为六大部分，第一部分导论，介绍了消费者行为的性质、在社会各方面尤其是营销领域的运用，阐明了消费者行为知识的意义与价值；第二部分讨论了消费者行为的外部影响因素；第三部分讨论消费者行为的内部影响因素；第四部分介绍消费者决策过程；第五部分讨论组织购买行为；第六部分集

中审视和探讨消费者行为与营销规制方面的问题。第10版在各章增加了反映互联网发展的内容和实例，网上练习题也有所增加，增强了本教材的时代气息；“消费者透视”的内容做了很多调整和更新，增加了更多反映不同文化背景下消费者行为特点的实例；对原来的一些案例进行了替换和更新，课后习题也做了补充。

本书为英文版。

作者介绍:

目录:

[消费者行为学_下载链接1](#)

标签

市场营销

消费者

行为学

营销

电子商务

商业

教科书

工具书

评论

教科书，体系完整，知识点多，当作知识食物读一读。

[消费者行为学_下载链接1](#)

书评

[消费者行为学_下载链接1](#)