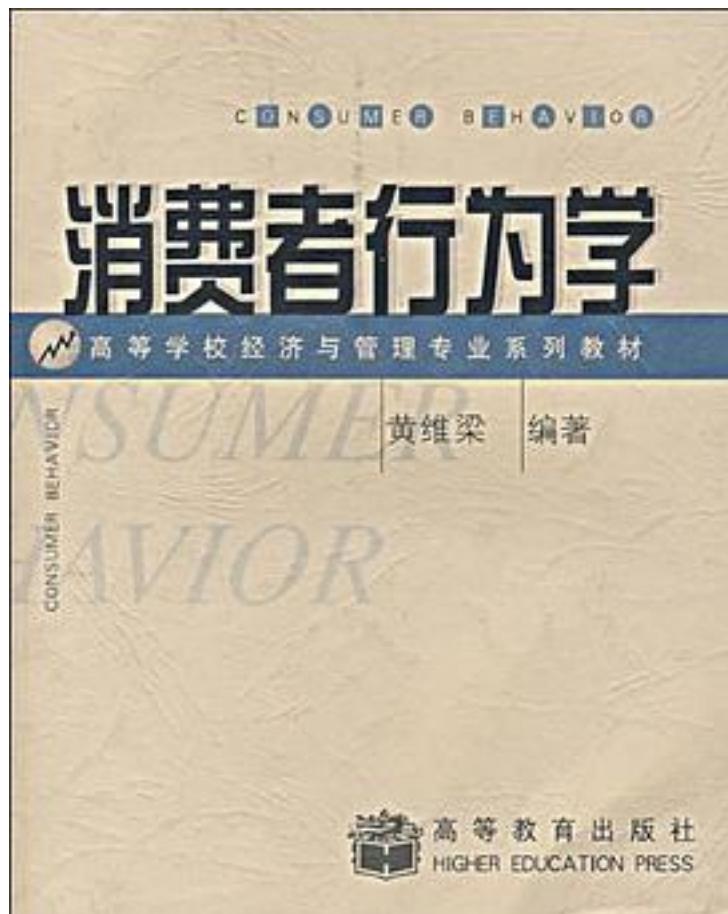


消费者行为学



[消费者行为学 下载链接1](#)

著者:荣晓华

出版者:

出版时间:2009-8

装帧:

isbn:9787811227147

《消费者行为学(第3版)》内容为：现代市场营销观念以它最基础的形式，阐明了一个企业要想获得最大利润就必须去预期和满足消费者的需求，了解消费者产生购买行为的原因、过程以及影响因素。因此，随着市场竞争的日益激烈，了解消费者的心理和行为才是企业制定营销战略的基础。相对于一些学科来说，消费者行为学是一个变化比较快

的领域，它对于各种各样的企业的影响也变得越来越明显。

作者介绍:

目录:

[消费者行为学 下载链接1](#)

标签

社会学

心理学

评论

[消费者行为学 下载链接1](#)

书评

[消费者行为学 下载链接1](#)