

# 消费者行为学



[消费者行为学\\_下载链接1](#)

著者:柴少宗 编

出版者:

出版时间:2010-1

装帧:

isbn:9787811238594

《消费者行为学》内容简介：全书共有11章，内容包括绪论、消费者心理活动过程、消费者个性与态度、消费者需要与购买动机、消费者购买决策与购买行为、消费习俗与消费流行、消费群体的消费行为、环境因素与消费行为、营销策略与消费行为、现代信息技术与消费行为、消费新趋势与消费行为。每章附有学习目标、阅读资料、练习题、实

训题及案例分析。

《消费者行为学》在编写过程中本着理论与能力并重的原则。《消费者行为学》可作为  
高职高专院校市场营销专业教材，销售工作的人员借鉴使用。

作者介绍:

目录:

[消费者行为学\\_下载链接1](#)

标签

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](#)