

消费心理学



[消费心理学_下载链接1](#)

著者:肖润松

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787040289701

由肖润松主编的《消费心理学》是全国高职高专教育“十一五”规划教材。

《消费心理学》按照高等职业教育突出“以职业活动为导向，以职业能力为核心”的人才培养思想，通过对消费心理学基本概念、基本理论、经典案例的解读，全面、系统地阐述了消费心理学的知识结构及其在市场营销领域中的应用。

本书内容共分11章，将消费心理学的基本理论与市场营销相结合，从消费心理学的角度揭示了消费者的购买心理、行为特点及其规律，注重内容的系统性、科学性、应用性，理论与案例相结合，图文并茂，增强了本书的知识性和趣味性。

本书构建了包括学习目标(知识目标、能力目标)、建议学时、导入案例、实例链接、知识窗、问题思考、本章重点内容网络图、知识练习与思考、能力培养与训练、成功营销人书架模块在内的复合型教材模式，以适应教师精讲、学生参与、师生互动的新型教学理念。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校举办的二级职业技术学院市场营销、电子商务、工商管理、汽车营销、房地产营销、医药营销等大类营销相关专业的消费心理学教材，也可作为初涉食品、汽车、医药、房地产等行业市

场营销岗位的就业人员的消费心理学培训教材。

作者介绍:

目录:

[消费心理学_下载链接1](#)

标签

营销学

评论

[消费心理学_下载链接1](#)

书评

[消费心理学_下载链接1](#)