

消费心理



[消费心理 下载链接1](#)

著者:冯丽华 编

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787512300064

《消费心理》以消费者在市场营销活动中各种相关因素对其心理的影响、消费者自身的心理表现及其行为过程为主要脉络，从心理学和市场营销的角度揭示了消费者的购买行为特点及其规律，全面系统地阐述了消费心理相关的知识及其在经营管理领域中的应用。

全书共12章。内容包括消费心理学概述、消费者一般心理活动分析、消费者个性心理特征、消费者需要与购买行为、群体的消费心理与消费行为、消费者群体市场的消费心理、外部环境对消费心理的影响、新产品决策与消费心理、商品品牌、色彩、包装及其消费心理功能、广告决策与消费心理、商品价格与消费心理、购物环境与消费心理。教材中案例，注重典型性、示范性和实用性。

《消费心理》构建了以学习目标、小结、实践实训题、练习与讨论题和案例分析为章节框架的复合型教材模式，以适应教师讲、学生参与、师生互动、提高技能的新型教学理念和教学方法，以便学生进一步对所学知识进行消化、巩固和拓展。

《消费心理》可作为高职高专财经类相关专业的教材，也可作为企业营销人员的培训教材，对于普通的消费者也是值得一读的参考书。

作者介绍:

目录:

[消费心理_下载链接1_](#)

标签

评论

[消费心理_下载链接1_](#)

书评

[消费心理_下载链接1_](#)