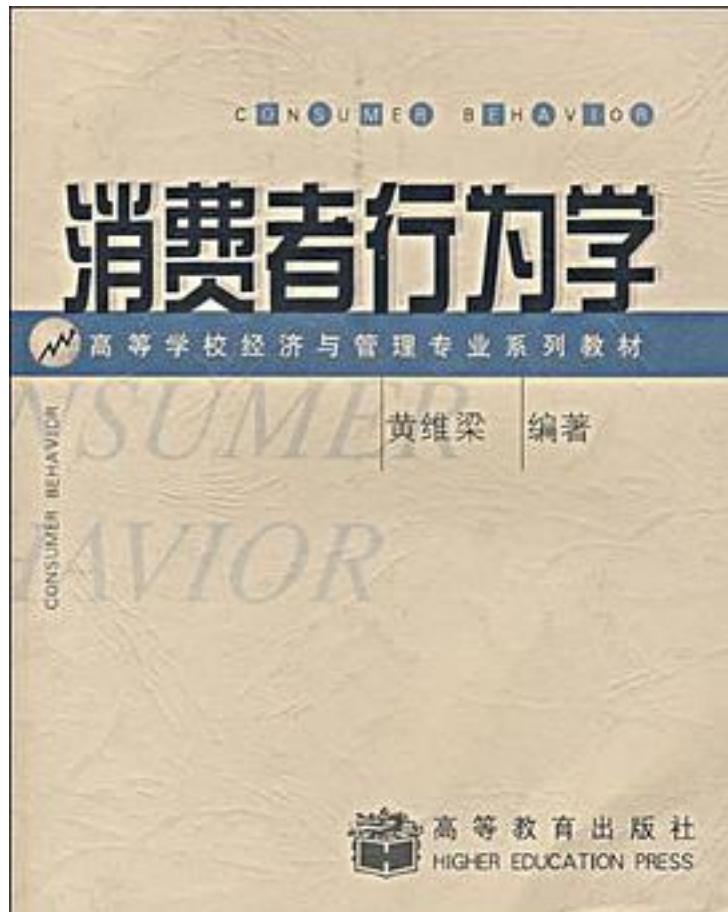


消费者行为学



[消费者行为学 下载链接1](#)

著者:德尔·霍金斯

出版者:机械工业

出版时间:2011-7

装帧:

isbn:9787111350347

《消费者行为学(原书第11版)》内容简介：市场营销力图影响消费者行为方式。无论是施加这种影响的组织、受到影响的个人还是整个社会，这种影响都具有重要的意义。我们都是消费者，也是社会成员，因此，消费者行为以及试图影响它的尝试，对我们都是至关重要的。《消费者行为学(原书第11版)》旨在理解消费者行为，这种理解有助于

我们成为更好的消费者、更好的营销人员和更好的社会公民。《消费者行为学（原书第11版）》适用于市场营销及相关专业师生以及市场营销领域的从业者。

作者介绍:

目录: 第10版译者序第11版译者序前言第一部分 导论 第1章 消费者行为与市场营销战略
1.1 消费者行为知识的广泛运用 1.2 市场营销战略与消费者行为 1.3 市场分析要素 1.4
市场细分 1.5 市场营销战略 1.6 消费者决策过程 1.7 结果 1.8 消费者行为的性质 1.9
消费的意义 小结 关键术语 网上练习 复习题 讨论题 实践活动第二部分 外部影响 第2章
不同文化下的消费者行为 第3章 变化中的美国社会：价值观 第4章 变化中的美国社会
第5章 变化中的美国社会：亚文化 第6章 美国社会：家庭与住户 第7章
群体对消费者行为的影响第三部分 内部影响 第8章 知觉 第9章 学习、记忆与产品定位
第10章 动机、个性和情绪 第11章 态度和影响态度 第12章
自我概念与生活方式第四部分 消费者决策过程 第13章 情境的影响 第14章
消费者决策过程与问题认知 第15章 信息搜集 第16章 购买评价与选择 第17章
店铺选择与购买 第18章 购后过程、客户满意和客户忠诚第五部分 作为消费者的组织
第19章 组织购买者行为第六部分 市场营销法规 第20章 市场营销法规与消费者行为附录
· · · · · (收起)

[消费者行为学 下载链接1](#)

标签

消费者行为学

营销

消费者

管理

机械工业

心理学

市场营销

营销管理

评论

同时下了第七版的PDF，发现这一版的确增加了不少靠近时代的内容。但是依然不喜欢，尤其是在后面几章，有点硬列理论，读了之后觉得对啊是这样可是用起来依然很麻烦。商学院的书总是让人有这种感觉，跟实际联系不上。

我觉得这个书还是很有趣的一个书，举了许多例子

11th

教科书，对我来说太全端了

偏重市场营销的分析

11版涵盖了许多重要特色：互联网和技术、全球营销、种族亚文化等，与时俱进。每一个人都是消费者，书中对于消费行为的理论在现实生活中都有所体现，源于生活又高于生活。

[消费者行为学 下载链接1](#)

书评

阅读管理类书籍经常可以看到的，就是大段心理学理论在管理实践中的运用。所以在阅读《消费者行为学》前，出于对营销管理需要更多地研究群体心理和个体心理的认知，我觉得其所运用的心理学理论应该比其他管理类书籍要更多。
从题目《消费者行为学》而言，1、消费者（人）。这往...

[消费者行为学 下载链接1](#)