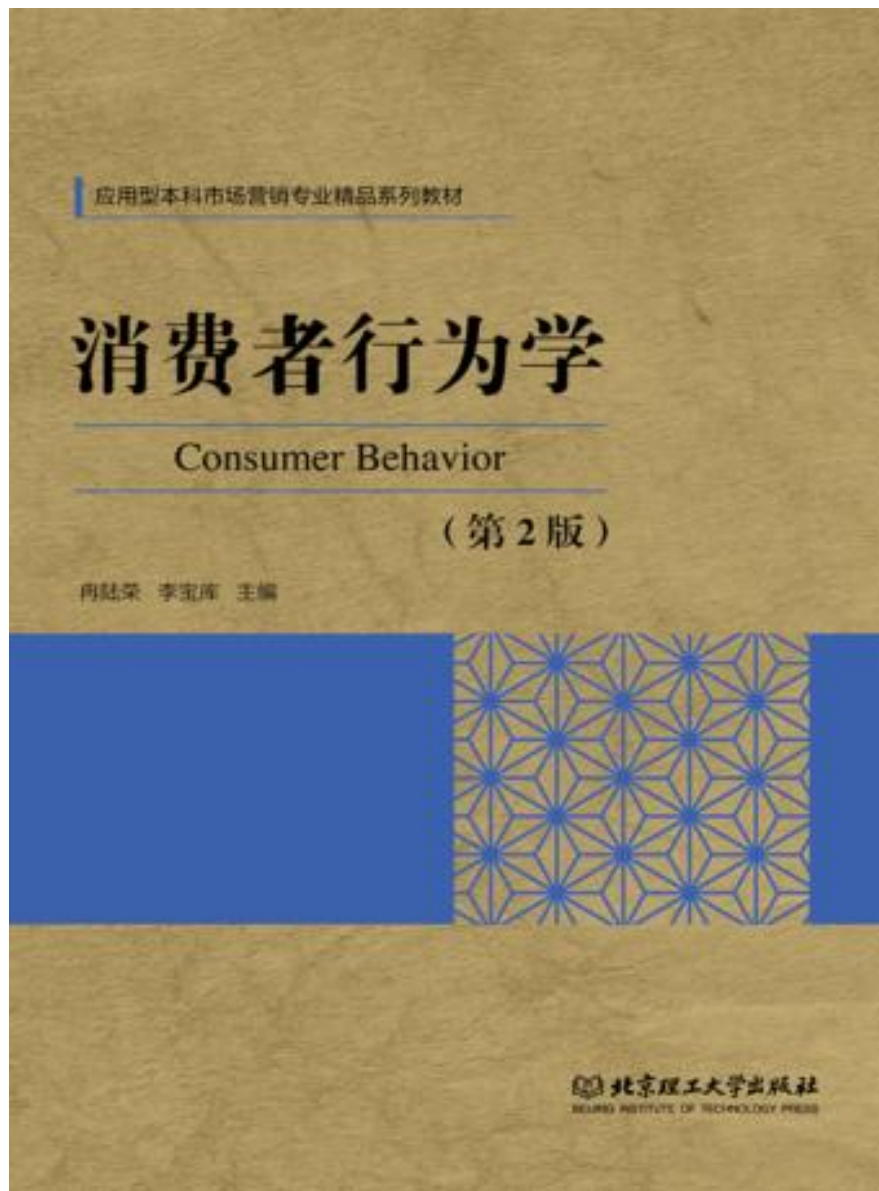


消费者行为学



作者：冉陆荣，李宝库主编

出版社：北京：北京理工大学出版社

出版日期：2020.08

总页数：261

介绍：本书在保留消费者行为学理论、策略和方法的基础上，紧密围绕高校市场营销专业人才培养目标，坚持创新、改革思路，运用新的课程体系、教学内容和能力培养，对消费者行为学课程进行重新梳理，构建消费者行为“理论基础-消费者决策形成过程-消费者行为影响因素体系”的框架体系，阐述了消费者心理与行为的主要特征和一般规律。本书具有系统性、严谨性、实用性、科学性、前瞻性等特征。读者可以从本书各知识模块中，全面了解消费者行为的特点及规律性，书中实践应用环节的采用，能有效提升读者对消费者行为研究的思考逻辑和研究技能。本书可以作为本科院校市场营销专业的专业基础课《消费者行为学》的教材，也可以作为本科院校其他经济管理类专业的教辅。

说明：登录教客网（<https://www.jiaokey.com/book/detail/96242008.html>）查找全本阅读方式

消费者行为学 评论地址：<https://www.jiaokey.com/book/detail/96242008.html>

教客网提供千万本图书阅读地址。

<https://www.jiaokey.com/book/detail/96242008.html>

书名：消费者行为学