

# 目 录

摘要.....	1
关键词.....	1
一、绪论.....	2
（一）选题背景及意义.....	2
（二）文献综述.....	2
1 国外研究现状.....	2
2 国内研究现状.....	3
3 国内外研究综合述评.....	4
二、研究设计.....	4
（一）研究假设和模型构建.....	4
1 研究假设.....	4
2 研究模型构建.....	5
（二）问卷设计与描述性统计分析.....	6
1 问卷设计.....	6
2 描述性统计分析.....	7
三、实证分析.....	9
（一）信度和效度分析.....	9
（二）变量相关性分析.....	9

(三) 回归分析.....	11
1 回归模型.....	11
2 回归分析结果.....	12
四、研究结论与建议.....	14
(一) 研究结论.....	14
(二) 激发大学生购买意愿的微信营销策略.....	15
1 将朋友圈微信营销作为企业微信营销的重点.....	15
2 制定个性化互动营销策略增加大学生用户的感知趣味性.....	15
3 提供打动大学生用户的有用产品.....	16
五、结束语.....	16
参考文献.....	16
致谢.....	19
附录.....	20

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如  
要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/075342224211011323>