

《魔鬼心理学》

图书基本信息

书名：《魔鬼心理学》

13位ISBN编号：9787802288669

10位ISBN编号：7802288665

出版时间：2008-9

出版社：邓明明 新世界出版社 (2008-09出版)

作者：邓明明

页数：202

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《魔鬼心理学》

内容概要

《魔鬼心理学:影响力与说服力的深层法则》从人类行为的心理学原理为基础重点论述了互惠、承诺与一致、社人认同、喜好、权威以及短缺等六个方面的知识，不仅能够补充在这个急速发展的年代我们所急缺的种种心理养分，更能教我们以此为动力，积极地应用它来制造影响力，有力地说服别人，从而更好地适应社会的发展，获得事业和生活上的成功。

《魔鬼心理学:影响力与说服力的深层法则》以美国哥伦比亚大学、亚利桑那大学教授罗伯特·B·西奥迪尼在其行为心理学名著《影响力》一书中提出的六大经典原理为线索，企图从最简单的生活常识和商业现象出发，揭开人类行为的若干真相。人的行为是怎样受到影响的，人又是怎样被说服的，也许你的理性告诫你不要轻易受到外界的影响，不要轻易被他人说服，然而，影响和说服并不会以你想象的方式出现。了解到这些有趣的心理学知识，会让你和你周围的人彻底改变看待自己和人类群体行为的方式。从最实用的角度来讲，你想成功地影响你身边的亲朋好友吗？你想成功地说服你的同事、上级、下属、客户及对手吗？你想成为万众瞩目的“社交明星”吗？你想成为卓越的销售、沟通、演讲大师及管理者吗……这些所有你追求卓越过程中期待出现的局面，《魔鬼心理学:影响力与说服力的深层法则》都能给你不一样的启示。一起开始这段颠覆性的“魔鬼心理”之旅吧！

《魔鬼心理学》

书籍目录

前言心理真相颠覆你的思维第一章 天下有免费的午餐吗？——互惠原理第二章 人们为什么常说“言必行、行必果”——承诺和一致原理承诺和一致的真谛承诺的力量“善意威胁”说服术用承诺和一致引导他人自我说服从简单的要求开始，逐渐赢得对方的承诺承诺和一致——无声的魅力第三章 怎样才能取得他人的认同？——社会认同原理破析社会认同社会认同的基础——培养你自己社会关系=社会认同打造受人认同的社会关系依靠人际认同来借梯登高利用社会认同拓展你的人脉在职场培养自己的参天大树——取得社会认同巧用社会认同心理“掘金”第四章 投其所好和爱屋及乌有关系吗？——喜好原理破译产生喜好的“密电”应用“首因效应”打开喜好之门从喜欢别人到喜好原理挠准喜好的痒处让共鸣步入喜好的轨道用喜好心理做好情感协调第五章 为什么说权威原理无处不在呢？——权威原理品读权威原理权威=领袖三要素让权威产生影响力的心理效应权威原理的应用第六章 芦荟和龙舌兰是一样的吗？——短缺原理疯狂的石头，疯狂的现象短缺意味着什么短缺所带来的影响给自己一个“金贵”的“定价”特别造就了短缺制造短缺——让他人觉得你金贵短缺效应=立刻行动

《魔鬼心理学》

章节摘录

第一章 天下有免费的午餐吗？——互惠原理互惠原理告诉我们：互惠是人类特有的文明，是一个人做人的基石，是人际关系的基础。人类需要合作和互惠。Email为什么是免费的，在门户网站浏览新闻为什么是免费的……这一切的一切都可以从本章中找到你想要的答案。互惠原理就是一张网互惠原理认为：人们倾向于尽量以相同或相似的方式，报答他人为自己所做的一切。比如说，如果人家给了我们好处，我们就应该本着礼尚往来的精神以类似的行为加以答谢，不应该无动于衷。互惠原理在人类文明中几乎无处不在。古时候的无数勇士为他们的主公抛了头颅洒了热血，说到心理诉求基本规则，就是在还债——主公好吃好喝、高薪优职供着你，用得着你的时候，你就得出来拼命。没人强迫你，互惠原理能让你死得其所。再比如，以色列对中国长期持有的友好态度来源于二战时期上海对犹太人的庇护；一些公司给美国的朝野两党都做政治捐献，还有一些制药公司给科学家提供研究资助时，往往都不会附加条件。只是尽可能多地积累人情债。旅游景区把互惠原理运用到市场推广当中，取得了惊人的效果。央视45集大戏《乔家大院》的热播，不仅火了乔家大院，而且热了渠家大院。晋商故里祁县渠家大院对全国现任的村党支部书记、村委主任和六十岁以上的农村老党员凭当选证或乡镇人民政府介绍信和有效身份证明，可免费参观祁县晋商老街上的六个景点。

《魔鬼心理学》

编辑推荐

《魔鬼心理学:影响力与说服力的深层法则》是一本关于基础的商用心理战术的书。影响力与说服力的深层法则，具有颠覆性，震撼性。彻底改变你看待，人类行为的方式。深刻影响人类行为和商业规则的六个心理定理：互惠原理：人们倾向于尽量以相同或相似的方式，报答他人为自己所做的一切。承诺和一致原理：一旦我们作出了某个决定，或选择了某种立场，就会面对来自个人和外部的压力，迫使我们的言行与它保持一致。我们会采取某种行为以证明我们之前所做的决策。社会认同原理：个体对群体的认同是群体行为的基础。我们进行是非判断的标准之一就是参照其他人，看别人是怎么想的，尤其是当我们决定要做一件事情和判断什么事情是正确的时候。喜好原理：人们总是愿意答应自己认识和喜爱的人提出的要求。从人的本性来说，大家都喜欢跟自己喜欢的人打交道。而与自己相似的人、让自己有愉悦感的人，通常会是自己喜欢的人。权威原理：使人信从的力量和威望就是权威，权威被人们普遍认为是非常正确、没有错且不可抗逆的，那些值得信赖和尊敬并可以成为行动标准的部门或人就是权威的最好载体。很多时候，领导能够有效地调动起我们对权威的崇拜和敬畏，即使只是一句普通的话，也会让我们觉得受益匪浅。这便是权威的力量。短缺原理：一种事物稀少，大家都想得到，所以，就变得抢手，显得尤为金贵，一旦觉得“金贵”的心理感觉产生了，相应的一系列行为也会跟着发生改变。

《魔鬼心理学》

精彩短评

- 1、很敷衍了事的书，说是鸡肋都有点抬举，不过勉强可以一读，毕竟是书往往就可以有点收获
- 2、赝品
- 3、垃圾的要死，真不要脸，剽窃影响力！
- 4、7分吧，散，但是内容还是有一点点的。。。
- 5、快餐读物，魔鬼二字配不上。买的盗版，不然活该让作者笑我傻缺
- 6、这类书就那么回事儿
- 7、基本上如果看过《影响力》就不必看这本书了，大量雷同！影响力的六大经典原理还是那么实在：互惠、承诺和一致、社会认同、喜好、权威、短缺。看完全当复习一下《影响力》。
- 8、东拼西凑
- 9、轻松，没有过多的需求与供给。
- 10、tmd,照名字看的，完全照抄影响力那本书嘛....
- 11、有了《影响力》，何必有此书？2012~
- 12、可以看一看
- 13、常识性的
- 14、虽然据说抄袭影响力。。。不过感觉写得蛮有道理的。。。
- 15、长知识了~
- 16、2.16下完。
- 17、写的有点乱，思路不够清晰地感觉

《魔鬼心理学》

精彩书评

- 1、起初对这本书不看好，前2页的事例居然是某人干了啥，没有提到是什么人，觉得作者在敷衍读者，后面读到深刻处，觉得很有味道，引经据典，旁征博引，力推大家一看。没有搜到作者是何方大侠，希望作者能出更多书，给自己也标个名头。

《魔鬼心理学》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com