

《广告心理》

图书基本信息

书名：《广告心理》

13位ISBN编号：9787801554406

10位ISBN编号：780155440X

出版时间：2002-8-1

出版社：物价出版

作者：马谋超

页数：448

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

《广告心理》

内容概要

广告心理：广告人对消费行为的心理把握，ISBN：9787801554406，作者：马谋超著

作者简介

马谋超：现任中国科学院心理研究所研究员、博士生导师。1960年毕业于华东师范大学，同年进入中国科学院心理研究所。在科研工作中，多次获得中国科学院和省级科学进步奖。他在国内外发表了80余篇研究报告与学术论文，出版了《消费者心理学》、《消费心理学》、《消费者行为学》、《广告心理学基础》、《广告心理学》、《广告心理学：理论与应用》、《消费与广告心理学》、《广告与消费心理学》、《心理学研究中心的模糊集分析》等多部著作，此外，为此理学科的百科学论文。鉴于他对科技事业做出的突出贡献，享有了政府特殊津贴。

书籍目录

让理想慢慢长大 代《龙媒广告选书》总序

序言

第一章 绪论

第二章 广告的吸引力与注意策略

第三章 理解广告信息的知觉基础

第四章 广告传播高效率的记忆策略

第五章 广告创意中的想像与认知策略的运用

第六章 广告说服与态度改变

第七章 广告理性诉求的需要基础

第八章 广告的情感诉求

第九章 广告效果测评理论及方法

第十章 网络广告及其心理效果

第十一章 环境因素与广告

第十二章 儿童与广告

.....

参考书目

《广告心理》

编辑推荐

本书内容包括：广告的吸引力与注意策略；理解广告信息的知觉基础；广告传播高效率的记忆策略；广告创意中的想像与认知策略的运用；广告说服与态度改变；广告理性诉求的需要基础；广告的情感诉求；广告效果测评理论及方法；网络广告爱莫能助及其心理效果；环境因素与广告；儿童与广告；品牌建设与经营的心理学基础；品牌形象与品牌资产；企业形象与识别系统；品牌建设和广告作品个案点评.....

精彩短评

- 1、内容基本都忘记了
- 2、2004.10.08.中大
- 3、忘记是不是垃圾书了。估计是。
- 4、大学时的课本。
- 5、所谓的浅入深出讲的就是这种书.....
- 6、这不就是丫当年的课本？
- 7、内容虽然有些老，前辈写书很实在，当作了解广告心理框架的书还不错
- 8、太要命了

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