

<<广告心理学>>

图书基本信息

书名：<<广告心理学>>

13位ISBN编号：9787112032174

10位ISBN编号：7112032172

出版时间：1997-6

出版时间：中国建筑工业出版社

作者：尤建新

页数：161

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：<http://www.tushu007.com>

<<广告心理学>>

内容概要

广告心理学是广告专业人员及其经营者必备的一门知识，它从研究消费者的行为和心理现象规律出发，探求提高广告效果的有效途径。

本书共分七章，介绍了广告心理学研究的对象、心理学的基本理论，讨论了广告的心理影响效果，阐述了对广告心理的评价。

<<广告心理学>>

书籍目录

前言第一章 广告心理学研究的对象、目的和方法第二章 广告心理学基本理论第三章 广告计划与心理研究第四章 市场营销活动中的广告心理第五章 广告作品与心理第六章 媒介计划与心理第七章 广告活动的心理与效果评论

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:<http://www.tushu007.com>