

<<说服的艺术:广告心理解析>>

图书基本信息

书名：<<说服的艺术:广告心理解析>>

13位ISBN编号：9787532613830

10位ISBN编号：7532613836

出版时间：2003年11月1日

出版时间：上海辞书出版社

作者：张家平

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>

<<说服的艺术:广告心理解析>>

内容概要

如何说服别人,是一门学问。

近年来在西方兴起了“说服学”这门学科,“说服”的意义是甲方通过一定的方式使乙方达到甲方所希望的目的。

说服的范围可以是很大的,说服要达到的目也可以是多样的。

本书研究的对象是言行心理学。

广告的中心任务是说服务消费者购买商品和劳务,所以,广告心理学是一门研究说服艺术的学问。

<<说服的艺术:广告心理解析>>

作者简介

作者：张家平，女，1959年5月出生。

现为上海师范大学人文与传播学院副院长、副教授、硕士生导师。

2003年《中国广告年鉴》评委。

主讲《广告心理学》等课程。

发表有《我国现阶段消费者心理分析》、《流行解析》、《品牌记忆建构》等文章。

<<说服的艺术:广告心理解析>>

书籍目录

- 第一章 概述
- 第二章 选择注意
- 第三章 传播知晓
- 第四章 信息认知加工
- 第五章 广告辨析与问题解决
- 第六章 品牌记忆建构
- 第七章 动机诱导与确立
- 第八章 情感说服
- 第九章 目标实现中的意志品格
- 第十章 消费者个性心理

<<说服的艺术:广告心理解析>>

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>