

<<广告心理解析关键词>>

图书基本信息

书名：<<广告心理解析关键词>>

13位ISBN编号：9787538653021

10位ISBN编号：7538653023

出版时间：2011-5

出版时间：吉林美术出版社

作者：赵元蔚

页数：220

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>

<<广告心理解析关键词>>

内容概要

广告学作为1个新兴学科在高校的建设时间虽然只有大概5—6年的历史，但是其学科因为广告业的蓬勃兴起而得到了迅速发展。

广告学的书籍因而在市场中升温，甚至还出现了专门营销广告类书籍的专业连锁书店，如龙之媒书店等。

《广告心理解析关键词》由赵元蔚所著，主要内容涵盖了国内广告学教学的主干课程，以关键词作为图书的主要结构，图文并茂，是广告学基础教学的必备图书。

<<广告心理解析关键词>>

书籍目录

感觉阈限
潜意识广告
视觉
听觉
格式塔
视觉说服
晕轮效应
知觉
品味
条件反射
注意
记忆
态度
可信度
具体化
对比
时尚
从众
定位
消费者收益
情感价值
自我
需要与动机
精神分析理论
性诉求
文化
娱乐消费
性别角色

<<广告心理解析关键词>>

章节摘录

颜色的象征价值和文化意义非常丰富。

生活在不同社会、时代、民族和国家的不同的人们在特定条件下根据自己的生活习惯、风俗和需要往往赋予色彩以某种涵义和性质。

虽然这些涵义或性质不是色彩本身所固有的，但在特定条件下长期运用之后，人们自然会把某些涵义与色彩联系起来。

而这种涵义又往往具有正反两个方面。

如黄色的正面涵义表示爱情、崇高、辉煌、高贵、思念、智慧、光明、宁静等，希腊诗人荷马的《伊利亚特》叙述的金苹果的故事就是以金黄色代表爱情；黄色的反面涵义则象征嫉妒、叛逆、怀疑、色情等，西方绘画中出卖耶稣的叛徒犹大总穿黄色的衣服，我们称宣传色情的书刊为黄色书刊。

这样深远的文化意义使得颜色在许多营销战略中都居于中心地位。

在考虑包装、广告，甚至商店装饰上，颜色的选择都是非常慎审的。

实际上，证据表明有些颜色（尤其是红色）易使视者兴奋，而有些颜色（如蓝色）则使其情绪平和。

颜色能够引发积极或消极情感的力量使其成为广告设计中的重要考虑因素。

颜色的重要性已经引发了颜色制造业。

在某一年份内，某些颜色似乎很“热”，以至于在布料、家具、汽车等产品中一再地被使用。

然而，下一年或下。

‘季一到，这些受宠有加的颜色就会被另外系列的流行色所代替，真是来也匆匆，去也匆匆。

许多消费者在选择颜色时都受当年色彩流行趋势的影响，一个简单的原因就是消费者的选择在很大程度上受他们光顾的商店中可供选择的颜色的限制。

只有很少人会意识到这炙手可热的颜色在多大程度上是出于局内人特意的选择，即所谓的颜色预测。

成群的颜色专家，例如美其名曰“颜色营销组”，会定期预测未来一年、五年甚至有时是十年中哪些颜色能最恰当地反映季节。

<<广告心理解析关键词>>

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>