

<<广告心理新论>>

图书基本信息

书名：<<广告心理新论>>

13位ISBN编号：9787810791205

10位ISBN编号：7810791206

出版时间：2002-9-1

出版时间：暨南大学出版社

作者：江波

页数：391

字数：315000

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>

<<广告心理新论>>

内容概要

本书力求以广告本身为基点,努力挖掘广告运作过程中的心理学规律。

探讨了广告的消费心理基础、广告策划心理、广告创意心理、广告诉求心理、广告媒体心理、广告表现心理、广告文化心理及品牌心理等。

本书体系新颖,它反映了作者对广告心理这门学科的思考。

注重实战性是本书的另一追求。

心理学的历史与实践证明,心理学不是一门线性科学,它是一门技术,一门实实在在为人服务的技术,而广告更是瞬息万变,但不管其怎么变,最终都是劝说消费者购买。

<<广告心理新论>>

书籍目录

总序1.广告——攻心为上 1.1 广告战即心理战 1.1.1 广告的心理效应 1.1.2 广告策划心理战 1.1.3 广告创意心理战 1.1.4 广告诉求心理战 1.1.5 广告媒体心理战 1.1.6 广告表现心理战 1.1.7 广告文化心理战 1.1.8 品牌心理战 1.2 广告与消费行为 1.2.1 消费者的消费行为 1.2.2 广告对消费者购买行为的影响 1.3 广告的心理效应 1.3.1 广告心理效应模式 1.3.2 广告的客观心理效应 案例分析：为什么消费者不领情？

2.广告策划心理 2.1 广告策划理论及心理分析 2.1.1 独特的销售主张（USP） 2.1.2 品牌形象论 2.1.3 定位论 2.1.4 品牌个性论 2.1.5 共鸣论 2.1.6 POL论 2.1.7 整合营销传播 2.2 广告策划的程序及心理策略 2.2.1 开展市场调查 2.2.2 确定广告目标 2.2.3 进行广告定位 2.2.4 确定广告诉求策略3.广告创意心理4.广告诉求心理5.广告媒体心理6.广告表现心理7.广告文化心理8.广告品牌心理 主要参考文献 后记

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>