

<<心理学原理与应用>>

图书基本信息

书名：<<心理学原理与应用>>

13位ISBN编号：9787111193258

10位ISBN编号：7111193253

出版时间：2006-7

出版时间：机械工业出版社

作者：王杰

页数：296

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>

<<心理学原理与应用>>

内容概要

本书分上下两篇，上篇是普通心理学部分，作为基础理论部分包括感觉、知觉和记忆；思维、想象和注意；情绪情感与意志；心理健康；个性倾向性；个性心理特征。

下篇为心理学的主要应用领域中的消费心理学和管理心理学。

在消费心理学部分，有消费心理；价格和消费心理；商品名称、商标、包装和消费心理；广告与消费心理。

在管理心理学部分，有知觉、人性与管理、激励理论与管理；人际关系；群体心理与管理与领域心理等内容。

本书把心理学基础理论与实际应用结合编写，在教材内容安排上是一种改革，在编排体例上一种创新。

应用心理学部分的案例导入、案例分析、案例训练讲解心理学的知识和原理及大量的综合练习题，便于培养学生的实际应用能力和创新精神，也便教学。

本书既可以作为大专院校的心理学教材，也可以作为心理学爱好者的学习参考书。

<<心理学原理与应用>>

书籍目录

前言上篇 普通心理学 第1章 绪论 1.1 心理学研究的对象、任务和意义 1.2 心理学的产生和发展 1.3 心理的实质 1.4 心理学研究的原则和方法 本章小结 练习题 第2章 感觉、知觉和记忆 2.1 感觉和知觉 2.2 记忆 本章小结 练习题 第3章 思维、想象和注意 3.1 思维 3.2 想象 3.3 注意 本章小结 练习题 第4章 情绪、情感与意志 4.1 情绪与情感 4.2 意志 本章小结 练习题 第5章 心理健康 5.1 心理健康概述 5.2 心理健康的一般规律 5.3 心理咨询 本章小结 练习题 第6章 个性倾向性 6.1 需要 6.2 动机 6.2 兴趣 本章小结 练习题 第7章 个性心理特征 7.1 能力 7.2 气质 7.3 性格 本章小结 练习题下篇 心理学主要应用领域 第8章 消费心理 8.1 影响消费行为的心理因素 8.2 营业环境中的消费心理 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第9章 价格与消费心理 9.1 商品价格的一般心理功能 9.2 消费者的价格心理 9.3 商品定价与商品调价的心理策略 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第10章 商品名称、商标、包装与消费心理 10.1 商品名称与消费心理 10.2 商标设计与消费心理 10.3 商品包装与消费心理 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第11章 广告与消费心理 11.1 广告在消费中的心理功能 11.2 增强广告的心理效果 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第12章 知觉、个性与管理 12.1 知觉与管理 12.2 个性与管理 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第13章 激励理论与管理 13.1 激励的一般概念 13.2 内容的激励与管理 13.3 过程激励与管理 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第14章 人际关系 14.1 人际关系概述 14.2 人际吸引 14.3 人际交往 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第15章 群体心理与管理 15.1 群体概述 15.2 非正式群体 15.3 群体行为的基本规律 15.4 团队与团队建设 本章小结 导入案例分析 复习思考题 第16章 领导心理 16.1 领导概述 16.2 领导者的权力与影响力 16.3 领导者的权力需要 16.4 领导者的威信 16.5 领导有效性理论 16.6 领导者的领导艺术与技巧 本章小结 导入案例分析 复习思考题参考文献

<<心理学原理与应用>>

编辑推荐

本书由普通心理学和应用心理学上下两部分组成，把心理学基础理论与实际应用相结合，便于激发学生的学习热情，启发学生发散思维，培养创新能力。
书中结构严谨，层次分明，深入浅出，适应性和操作性强。
既可以作为文秘类、管理类和经济类学生的教科书。
也可以作为自学教材和各类培训教材。

<<心理学原理与应用>>

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>