

<<网页设计心理学>>

图书基本信息

书名：<<网页设计心理学>>

13位ISBN编号：9787115300973

10位ISBN编号：7115300976

出版时间：2013-2

出版时间：Susan M. Weinschenk、崔玮 人民邮电出版社 (2013-02出版)

作者：Susan M. Weinschenk

译者：崔玮

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>

<<网页设计心理学>>

内容概要

《网页设计心理学》出自国际知名的网页设计心理学专家之手，讨论了当前网页设计领域内最为热点的话题。

是什么让访客点击网页中的按钮？

为什么人们会相信其他买家的评价？

为什么选择越多而购买行为越少？

为什么人们害怕失去？

这些有趣的问题都会在本书中得到详细的解答！

这些问题不光有趣，更是网页设计师在工作中要着重考虑的问题。

《网页设计心理学》虽以专业的心理学为基础，但作者却能深入浅出，让原本晦涩的问题变得通俗易懂，通过许多生动活泼、简单精彩的实例，将心理学与网页设计巧妙地融合在一起。

<<网页设计心理学>>

作者简介

《网页设计心理学》作者是国际知名心理学博士Susan M. Weinschenk，她在将心理学应用到沟通及网页交互设计方面有着30多年的丰富经验。

除了写作超人气博客www.whatmakesthemclick.net外，她还是《抓住听众心理：演讲者不可不知的100件事》的作者。

《网页设计心理学》译者崔玮，互联网深度用户，康奈尔大学统计硕士，现任百度无线产品设计师。

微博：<http://weibo.com/cuimaomao>

书籍目录

- 目 录第1章 为诱导和潜意识设计网页 01.1 你很聪明，你有三个大脑 21.2 是什么让我们真正与动物不同？
- 41.3 情感是如何产生的？
- 61.4 大脑中发生了很多我们不了解的事情 71.5 嗨，我理智地控制我的行为，不是么？
- 81.6 你最近是否有过灵光一现？
- 91.7 你无意识的思维比有意识的更聪明、快速 101.8 但是我们知道自己喜欢什么不喜欢什么，不是么？
- 121.9 那么，是什么让我们点击？
- 12第2章 寻找归属：社会认同的作用 142.1 Kitty Genovese的悲剧(不完全真实) 162.2 网上求助的旁观者效应 182.3 你为什么会上听从完全陌生的人？
- 18第3章 负债感：如何利用互惠和让步 283.1 负债感 303.2 负债感有多严重？
- 303.3 给陌生人寄圣诞卡——价值5美元的听装汽水如何呢？
- 313.4 接受别人说“不”其实也是一种赠予 323.5 让步可以构建承诺 333.6 在网站上赠送
- 343.7 提供免费信息 363.8 要求回报同样奏效 38第4章 引发稀缺感——我们倾向于多要那些难以获得的东西 424.1 哪种小甜饼更好吃？
- 444.2 只有两双你能穿的鞋了！
- 444.3 仅本月优惠 464.4 仅少数人知道 474.5 一分钱一分货 484.6 不好意思，你不能买它
- 49第5章 谨慎选择——过多选择让人们惧怕(甚至不进行选择) 505.1 一团糟 525.2 这款连裤袜更软 535.3 如何毁灭关系 545.4 看大脑发光 565.5 马上购买 575.6 与旧脑交流 585.7 第一个是最好的：顺序效应 59第6章 主角是你：与自我中心的无意识对话 626.1 危险、性和食物
- 646.2 不要让用户觉得无聊 68第7章 建立承诺——我们希望认为自己是始终如一的 727.1 一小步 757.2 愿意用又大又丑的牌子盖住你的草坪吗？
- 767.3 在虚线处签字 787.4 先买iPod再买Mac？
- 797.5 承诺在何时无比坚定 807.6 从一桶水到现金捐款？
- 817.7 问卷调查何时不只是问卷调查？
- 837.8 评论何时不只是评论 83第8章 利用相似性、吸引力和关联性：我们是一样的么？
- 868.1 逃跑、进食还是做爱 888.2 相似更好 898.3 为牙齿最好的人投票？
- 898.4 吸引力的数学公式 908.5 名人效应 938.6 让他们看起来像我 948.7 不只是照片 96
- 第9章 害怕失去——对失去的恐惧如何战胜对成功的希望 989.1 那是蛇吗？
- 1019.2 害怕蓝色格子 1029.3 无意识比想象中更聪明 1039.4 我们在怕什么？
- 1069.5 失去已经拥有的东西 1069.6 宜减不宜加 1079.7 是90%很好还是有10%很糟？
- 1089.8 害怕失去隐私 1089.9 害怕失去安全 109第10章 使用图片和故事——与无意识大脑对话的最好方式 11010.1 什么是故事？
- 11210.2 每个人都是说故事的人 11210.3 你的大脑自动分块 11310.4 我感受到了你的痛苦
- 11410.5 照片的价值是..... 11510.6 一切都变成图片 11610.7 把它们放在一起 116第11章 我们是群居动物——社交化成就下一个爆点 12011.1 短视限制发展 12211.2 从印刷术到Facebook
- 12211.3 互联网产生的真正原因 12311.4 大规模人际沟通 12811.5 大规模人际诱导(MIP)
- 13111.6 如何成为有诱导力的网站 13211.7 下一个爆点 132

<<网页设计心理学>>

编辑推荐

《网页设计心理学》由国际知名心理学博士Susan M. Weinschenk 精心编写，从心理学角度看用户体验，讨论了当前领域内最为热点的话题。本书以专业的心理学为基础，深入浅出，让原本晦涩的问题变得通俗易懂，能够帮助网页设计师创建出吸引人眼球的页面，也对初学网页设计的读者大有裨益。

<<网页设计心理学>>

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>