

<<广告心理学教程>>

图书基本信息

书名：<<广告心理学教程>>

13位ISBN编号：9787301075593

10位ISBN编号：7301075596

出版时间：2004-9

出版时间：北京大学出版社

作者：舒咏平主编

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>

<<广告心理学教程>>

内容概要

《广告心理学教程》用国际通行的教材体例，以一种全新的视野，全面地审视了广告活动中不同角色的心理奥秘，并进行了系统的阐释，全书共分12章，分别是：广告心理概说、广告心理学的产生与发展、广告主心理、广告传媒人心理、广告的基本素质、广告人的沟通心理、广告人的创意心理、广告受众的社会心理、广告受众的知觉接受、广告受众的情感发生、广告受众的情感发生、广告受众的态度形成与改变、广告受众的行为产生。

书中穿插了大量的案例、图表、文本卡片，并设计了情景模拟与小组讨论题，使得《广告心理学教程》信息量大却生动易懂，具有很强的可读性与适教性，是“广告心理学”课堂讲授、学生自学不可多得的教科书。

《广告心理学教程》适合广告设计、新闻传播和市场营销专业的本科、研究生、教师以及相关领域的专业人士及研究人员使用。

<<广告心理学教程>>

作者简介

舒咏平，安徽共山人，华中科技大学广告学教授、传播系主任、传播实务方向研究生导师。研究方向为广告传播、公共关系、品牌传播。

曾在《中国社会科学》、《光明日报》、《现代传播》、《新闻大学》、《国际新闻界》、《现代广告》、《企业研究》、《品牌》等报刊上发表论文100余篇；出版著作《广告创意思维》、《实用策划学》、《公共关系学》、《公共关系策划》、《公关托出名牌》等10余部。

并曾主持或参与安徽傻子、深圳博弈、东亚宾馆、长安汽车、德州扒鸡、江苏海澜、浙江德力西、内蒙兴发、上海金穗、北京曲美、四川沱牌，荆门一医等60多家企业的品牌咨询与广告策划。

<<广告心理学教程>>

书籍目录

第一章 广告心理概说第一节 广告传播与广告心理第二节 广告心理与消费行为第三节 广告心理学的研究
第二章 广告心理学的产生与发展第一节 广告心理学诞生的理论背景第二节 广告心理学出现的社会基础
第三节 广告心理学的产生与发展第三章 广告主心理第一节 广告投资心理第二节 广告战略思维
第三节 广告作品评判心理第四章 广告传媒人心理第一节 传媒经营与广告收入第二节 广告载体开发思维
第三节 广告载体营销观念第五章 广告人的基本素质第一节 广告人的角色意识第二节 广告人的知识结构
第三节 广告人的能力结构第六章 广告人的沟通心理第一节 广告公司的市场开发第二节 客户服务与沟通
第三节 媒体联系与沟通第七章 广告人的创意心理第一节 广告的定位与诉求第二节 创意思维与创意灵感
第三节 系统思维与方案策划第八章 广告受众的社会心理第一节 广告受众的个体心理第二节 广告受众群的接受心理
第九章 广告受众的知觉接受第一节 广告知觉产生的心理基础第二节 广告知觉发生的心理过程
第三节 广告知觉的偏误与消减第十章 广告受众的情感发生.....第十一章 广告受众的态度形成与改变
第十二章 广告受众的行为产生后记

<<广告心理学教程>>

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>