

广告心理



[广告心理_下载链接1](#)

著者:[日]仁科贞文

出版者:外语教学与研究出版社

出版时间:2008-7

装帧:

isbn:9787560076560

《广告心理：电通广告丛书》并未刻意构筑贯穿全书的统一理论体系，而是把重点放在

了对特定概念的详细解说方面。第一版广告读本《广告心理》（朝仓利景著1962年）是以向广告业界介绍心理学为目的而编撰的，因此其内容主要是从心理学的角度出发，面向广告业界人士介绍知觉、学习、记忆等心理学的基础概念。第二版广告选书《广告心理》（仁科贞文著1976年）从心理学的角度围绕广告计划展开论述。其内容主要针对拟定广告计划的步骤和程序，从沟通效果的观点阐述形象、态度、决策等问题，社会心理学方面的色彩较浓。第三版《新广告心理》（田中洋丸冈吉人著1991年）定位于广告业界的專業工具书，是一本对代表性心理学及社会心理学的研究杂志进行系统地回顾、并在此基础上加入最新研究成果的中型事典型图书。

作者介绍:

●著者简历

仁科贞文：1941年生。1969年修完东京大学研究生院博士课程所有单位后进入电通，任职于电通市场营销局。后受聘于青山学院大学文学部心理学科教授。主要著作有《广告心理》（1976年电通）、《市场调研入门》（1983年有斐阁，共著）、《新广告心理》（1991年电通监修）、《广告效果论》（2001年电通编著）、本书（第二章、第三章、第四章、第五章）。

田中洋：1951年生。就学于庆应义塾大学研究生院商学研究科博士课程，1975年进入电通，先后任职于电通四日市支局、名古屋支社、东京总社报纸局、市场营销局（营销总监），1996年受聘于城西大学经济学部任副教授，1998年起受聘于法政大学任经营学教授，2008年4月起受聘于中央大学任研究生院战略经营研究科教授。2003年至2004年受聘于哥伦比亚大学研究生院任商学院客座研究员，研究市场营销学。主要著作有《新广告心理》（1991年电通,共著）、《最新品牌管理体系》（1997年日经广告研究所，共编著）、《品牌构筑与广告策略》（2000年日经广告研究所,共编著）、《现代广告论》（2000年有斐阁）、《提升企业的品牌战略》（2002年讲谈社现代新书）、《战胜通货紧缩的市场营销》（2003年钻石社）、《市场营销初解问答集》（2005年日本经济新闻社共著）、《欲望解剖》（2006年幻冬舍）、本书第一章。

丸冈吉人：1958年生。1984年修完东京大学研究生院（社会心理学）课程，获硕士学位。同年进入电通，任职于营业局担任客户主管，现任IMC策划中心第5MP局室长。著作有《新广告心理》（1991年电通共著）、《广告用语辞典》（1994年东洋经济新报社共著）、《现代市场营销战略④消费者·沟通战略》（2006年有斐阁共著）、本书第六章。

目录:

[广告心理 下载链接1](#)

标签

广告

心理学

营销

日本

电通

品牌

心理

设计

评论

就是一两个心理学、社会学和聊胜于常识的的营销学理论翻来覆去地讲。越来越不懂广告营销传播这些应用型领域作为学科存在的必要性

一直觉得电通系列的框架 很奇怪 无逻辑

总觉得……略有点……神……棍……民……科……

1.案例陈旧 2.理论还不如直接看心理学 3.理论中太多显而易见的说法，没有预知性
4.其中的调查方法（采访／笔试调查）这和具体选择的时候有差异

教材级别。

第一遍纯粹为了广告案例图而看，典型的日本广告，特征明显，易于接受，第二遍开始

研习理论，虽然迷迷糊糊，不过就算是理论类著作，霓虹人民也能把它做的这么萌，ps
细节处理最喜欢，标注颜色和理论来源很详细，赞一个

跟教科书一样，编书的人不是会教书的人，感觉一本的教条，虽然说得没错，不过不能
让人感兴趣啊，只好随便翻翻完了

難しそう=0=なかなか読めないんで。。

理论型教科书。基本没什么价值。

hin好！！

即使独立成心理学书籍，也是一本不错的书。

前半本棒棒的，后半本out of time. 适合所有广告人~

果斷比黃大仙的好看。

好书

校对不仔细，同一名词前后不一致的情况时有发生。虽然有体系，但论述得仍然不够深
入。

…………几乎记不住什么东西…绝知此事要躬行啊

为毛广告,设计的书介么贵!!!我的钱包都空了!!

从内容到装帧都很舒服,属于入门书,案例都是日本的,不过分析得还可以。

受用...学广告学营销看看吧

看上去一小本,理论体系十分庞大.....教科书式的阅读体验只能说感觉一般

[广告心理 下载链接1](#)

书评

[广告心理 下载链接1](#)