

<<品牌与广告的实证研究>>

图书基本信息

书名：<<品牌与广告的实证研究>>

13位ISBN编号：9787301110744

10位ISBN编号：730111074X

出版时间：2006-9

出版时间：北京大学出版社

作者：黄合水

页数：306

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>

<<品牌与广告的实证研究>>

内容概要

本书汇集了编者多年来关于品牌与广告的研究成果，是黄合水编著的教育部推荐研究生教学用书——《广告调研方法》的配套研究案例参考书。

本书有助于读者了解国内外品牌与广告的研究状况，同时也有助于读者学习、掌握广告研究方法，适合广告、营销专业的研究生和高年级本科生学习使用。

<<品牌与广告的实证研究>>

作者简介

黄合水，男，1963年生，北京师范大学心理学博士。

1988年开始从事广告心理学研究，1994年破格晋升副教授，1995年任硕士生导师，现为厦门大学新闻传播系广告教研室主任、品牌与广告研究所所长。

著有《广告调研技巧》、《电视广告策划与制作》、《市场调查概论》、《广告心理学》等著作，发表论文40余篇，参与多项国家科研课题的研究工作，先后担任国内多家大公司的广告和品牌顾问。

<<品牌与广告的实证研究>>

书籍目录

国外品牌资产理论模型的述评论品牌资产——一种认知的观点品牌延伸透析品牌延伸评价模型及其内在心理机制影响消费者产品质量认知的因素产品评价的来源国效应广告效果研究回顾心理学关于品牌研究之研究强、弱品牌记忆提取的加工机制强、弱品牌的品牌联想比较反应时技术在品牌联想测查中的应用初探低卷入情境中品牌远延伸的成功机制关于品牌来源国效应的研究国际上广告研究的发展状况1981—2002年中国广告界探讨的热门话题——对《中国广告》杂志标题的关键词分析电视广告效果预测和评价方法研究电视广告效果的测量及影响因素观众对电视广告的态度平面汽车广告的内容分析关于《羊城晚报》药品广告的内容分析

<<品牌与广告的实证研究>>

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>