

PROCESY KATEGORYZACJI I ZNIEKSZTAŁCENIA PAMIĘCIOWE W REKLAMIE



Cena: 10,00 PLN

Opis słownikowy

Autor	Grochowska Alicja
ISBN	978-83-7489-225-4
Rok wydania	2010
Wydawca	Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne / GWP

Tabela cech produktu

Wydanie	I
Okładka	broszurowa
Liczba stron	336
Format	155x230

Opis produktu

„Przedmiotem książki Alicji Grochowskiej jest pokazanie procesów poznawczych uruchamianych w doświadczeniu reklam na różnym poziomie ich przetwarzania. Od prostej percepcji, graniczącej prawie z odbiorem bodźców na poziomie zmysłowym, do złożonych procesów pamięci, łączących także i pozapoznawcze procesy, takie jak na przykład afekt, który modyfikuje doświadczenie bodźców marketingowych. [...] Książka ta bardzo dobrze pokazuje, jak zaawansowane teorie poznawcze mogą być wykorzystywane w tworzeniu reklam i badaniu ich skuteczności”.

Z recenzji prof. Andrzeja Falkowskiego

„Mamy tu do czynienia z profesjonalnie napisaną monografią ujawniającą różne mechanizmy oddziaływania reklamy na człowieka. Autorka do analizy tych mechanizmów wybrała perspektywę psychologii poznawczej i w części psychologii emocji. [...] Książka została napisana na wysokim poziomie merytorycznym, przy czym na szczególne podkreślenie zasługuje olbrzymie bogactwo zreferowanego materiału empirycznego, jaki przebadła i pokazuje autorka”.

Z recenzji prof. Tomasza Maruszewskiego