

# 《潜意识收买谁的心？ 营销不愿公开的4大操作心法》

## 书籍信息

版次：1

页数：240

字数：

印刷时间：2011年09月01日

开本：25开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9789862620472

## 內容簡介

'你知道自己為什麼會變成「月光族」？家裡為什麼會囤起成堆的無用品？為什麼無法抗拒「限量特賣」或「買一送一」？為什麼天天都想到便利商店買物集點？

因為，你被行銷操作、催眠了。

「認真的女人最美麗」，所以女人辛苦工作後就該好好地犒賞自己；「好險，有南山」，想要保險就想到可以選擇南山；「一把抵兩把，何須瑪利亞」，拖地要乾淨就找「3M的瑪麗亞拖把」……這些廣告slogan鋪天蓋地，狂掃我們視聽，消費時不免做出下意識的反射，難道我們被催眠了嗎？

這期集點換「Hello Kitty磁鐵」，下期改瘋「Hello Kit

## 作者簡介

### 許安琪

理性和屬世的身分是留美博士、世新大學教授……感性和屬靈的角色只想當個單純的天使……愛人與助人，自由自在，大笑大哭。愛凱蒂貓，卻不愛貓。潛意識裡幻想擁有凱蒂優雅的貴族氣質，意識生活中卻有大麥町耿直的庶民個性。愛第二故鄉孟菲斯的爵士風情，卻無法享受小鎮的單純慢活。潛意識裡嚮往貓王的音樂性格，意識生活中雜食閱讀與閱聽。愛莫內的新印象派畫風，卻一點也捕捉不到光。潛意識裡極度追尋創意想像的空間，因為意識生活中充滿限度且保守規律的時間感。愛孤獨，卻一點也不寂寞。潛意識裡識讀且抗拒從眾媚俗的行銷技倆，意識生活中卻隨波逐流焦慮地集點換贈品或買一送一。意識，努力指導我的行為，但，潛意識，卻收買我的心。曾任職於東方廣告、奧美廣告，現於大學教授整合行銷傳播、廣告心理學、廣告創意概論、廣告策略與企畫、消費行為、消費者與公眾研究等課程。著有《廣告創意：概念與操作》、《廣告學原理》等專書。

## 目錄

### 序幕

被制約的日常生活

第一章 潛意識收買誰的心？

你被催眠了嗎？

心理學大師：佛洛伊德 / 戀母情結的佛洛伊德 / 精神分析的萌芽 / 少女杜拉：夢的解析

／「性學大師」佛洛伊德

潛意識的背後.....

人人都是一座冰山／冰山理論／榮格的集體潛意識／愛作夢的榮格／與佛洛伊德「同理異夢」／榮格的潛意識／消費者洞察／潛意識與偽科學

你真有本能嗎？

本能：生與死／人人都會自我防衛

你有三重人格！？

人格結構／人格的投射：品牌／人格的發展／人格發展中的「情結」／拉岡的鏡像理論／鏡像理論：我因認清自己而痛苦／墜入愛河，同性和異性戀／「落入凡間」的精神分析

社會學者：弗洛姆／人是可以面對孤獨的／弗洛姆的人本精神分析

第二章 看到耶穌就阿門

我們被制約了嗎？

[顯示全部信息](#)

媒体评论

國立交通大學人文社會學院院長 郭良文教授

《動腦》雜誌社長 王彩雲

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)