



خلاصه کتاب: رابطه ذهن و برند

آنچه در چکیده کتاب «رابطه ذهن و برند، نوشته اریک دو پلسیس» می‌آموزید

در سال ۲۰۰۵، اریک دو پلسیس، متخصص بازاریابی، کتاب «ذهن تبلیغات زده» را منتشر کرد که ترکیبی از علم اعصاب و بازاریابی بود و اثر تبلیغات بر شکل‌گیری واکنش‌ها و ادراکات ذهن را توضیح می‌داد.

کتاب پیش رو که ادامه کتاب قبلی است؛ اما موضوع مجزایی دارد، دقیق‌تر به موضوع بازاریابی عصبی پرداخته است.

پلسیس این مبحث بسیار پیچیده را به فصل‌های خلاصه تقسیم کرده تا مطالب موردنظرتان از علوم‌شناختی تا برندسازی را به‌دلخواه انتخاب کنید و بخوانید.

مدیرسبز مطالعه این تحقیق جذاب و دیدگاه‌ها و سوال‌های جالب آن را به همه متخصصان بازاریابی و علاقه‌مندان به موضوعاتی مثل تصمیم‌گیری، تبلیغات، علم اعصاب و بازاریابی عصبی توصیه می‌کند.

[membership_protected_content]

audio]

mp3="https://dle.modiresabz.com/downloads/downloads/dm/۱۸۶.TheBr
[andedMind.mp3"][/audio

[membership_protected_content/]