

<<服装心理学概论>>

图书基本信息

书名：<<服装心理学概论>>

13位ISBN编号：9787506430111

10位ISBN编号：7506430118

出版时间：2004-11

出版时间：中国纺织

作者：赵平 编

页数：328

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>

<<服装心理学概论>>

内容概要

本书从社会学、社会心理学、心理学的角度分析了人们在社会生活中，服装的选择、穿着心理及行为的特点。

主要论述了服装的需求和动机，服装态度和知觉，服装和个性、自我概念的关系，服装在人际交往、印象形成中的作用，服装的象征意义，服装流行的心理机制、传播过程和影响因素，服装和社会角色及文化的关系以及消费者进行服装购买的决策过程及心理需求，服装消费环境和市场细分，服装心理学的研究方法等。

本书可供大专院校服装设计和服装工程及其他相关专业的学生学习使用，也可供从事服装设计、经营管理、市场营销人员以及广大服装爱好者参考。

<<服装心理学概论>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 服装心理学的研究对象 第二节 服装专理学的研究历史 第三节 服装心理学的多学科研究及意义第二章 服装的起源和动机 第一节 服装的起源 第二节 服装的动机和需要 第三节 与外观有关的动机分析 第四节 有关服装动机的研究第三章 个性、自我和服装 第一节 个性和服装 第二节 自我概念的形成和发展 第三节 身体形象和服装 第四节 自我评价和服装第四章 印象、外观魅力和服装 第一节 印象形成及其特点 第二节 服装在印象形成中的作用 第三节 服装和人际吸引第五章 服装的象征性 第一节 服装的人际沟通功能 第二节 服装和符号相互作用 第三节 作为象征符号的服装第六章 群体行为和服装 第一节 群体行为和从众 第二节 参照群体和服装行为 第三节 服装在有组织群体中的作用第七章 服装的流行与传播 第一节 流行及其特征 第二节 服装流行的心理机制与动机 第三节 流行的产生和演变 第四节 现代社会与服装流行第八章 社会角色和服装 第一节 社会化和角色 第二节 年龄角色和服装 第三节 性别角色和服装 第四节 职业角色和服装第九章 文化与服装 第一节 文化和次文化 第二节 服装的社会规范 第三节 服装的价值第十章 服装消费环境和市场细分 第一节 现代时尚产业与服装 第二节 服装消费环境 第三节 服装市场细分第十一章 服装购买的决策 第一节 消费者行为和服装购买决策类型 第二节 服装购买的过程 第三节 服装选择中的知觉风险第十二章 服装心理学的研究方法 第一节 研究的基本程序与类型 第二节 主要研究方法 第三节 问卷和量表设计 第四节 研究资料的整理和报告主要参考文献

<<服装心理学概论>>

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>