

درآمدی بر نور و مارکسپنگ

دکتر آناهیتا خرمی بنارسی
نگارگری
شقایق کنجدی

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور

خرمی بنارکی، آناهیتا
در آمدی بر نورومارکتینگ/

مشخصات نشر
مشخصات ظاهری

آناهیتا خرمی بنارکی،
نگار کریمی، شقایق کنجدی.

تهران: شکیب، ۱۳۹۲
۱۲۴ ص.
۹۷۸-۹۶۴-۲۶۹۵-۷۳-۷

شابک
ضعیت فهرست نویسی

فیپا

موضوع

بازاریابی عصبی

شناسه افزوده

کریمی، نگار، ۱۳۶۶

شناسه افزوده

کنجدی، شقایق، ۱۳۶۶

رده بندی کنگره

۱۲۶۱۵/۵۴۱۵ HF ۱۳۹۲ ۴۴خ/

رده بندی دهی

۶۵۸/۸۳۴

شماره کتابشناسی ملی

۲۳-۱۲۷۱



انتشارات شکیب

نام کتاب

مولفان

ویراستار

صاحب اثر

چاپ اول

شمارگان

بها

انتشارات

شابک

نشانی

در آمدی بر نور و مارکتینگ

دکتر آناهیتا خرمی بنارکی،

نگارگری و شقایق کنجدی

مهدی نیرومنش

اندیشگاه علم و صنعت جهان معاصر

بهار ۱۳۹۲

سه هزار نسخه

۳۴۸,۰۰۰ ریال

شکیب

۹۷۸-۹۶۴-۲۶۹۵-۷۳-۷

تهران، میدان آرژانتین، خیابان بیهقی

کوچه ی دوازدهم شرقی، شماره ی ۱۴

تلفن: ۸۸۷۳۶۰۶۴ نمابر: ۸۸۷۳۲۹۱۳

حق چاپ و نشر و هرگونه برداشت از این اثر برای شما محفوظ است.

فهرست

درآمد.....	۹
فصل اول آشنایی با علوم شناختی.....	۱۵
تعریف علوم شناختی.....	۱۹
دیدگاهی نو به شناختی.....	۲۰
رویکردی هم‌اگر علوم شناختی.....	۲۱
شاخه‌های علوم شناختی.....	۲۳
روان‌شناسی شناختی.....	۲۳
علم اعصاب شناختی.....	۲۵
هوش مصنوعی.....	۲۶
زبان‌شناسی شناختی.....	۲۷
انسان‌شناسی شناختی.....	۲۷
فلسفه‌ی ذهن.....	۲۸
حوزه‌های کاربردی علوم شناختی.....	۲۹
مداخله‌ی تشخیصی و درمانی.....	۲۹
هوش مصنوعی.....	۳۰
تقویت شناختی.....	۳۱
تشخیص.....	۳۱
روبات‌ها.....	۳۲
بازی‌های رایانه‌ای.....	۳۲

۳۳	آموزش و پرورش شناختی
۳۴	روان‌درمانی شناختی
۳۴	شناخت اجتماعی و روان‌شناسی سیاسی
۳۴	روان‌شناسی تحلیل اطلاعات و رسانه‌های گروهی
۳۵	علوم دفاعی شناختی
۳۵	اقتصاد شناختی
۳۶	مهندسی شناختی
۳۷	س.م: آشنایی با علوم اعصاب شناختی
۴۰	مغز
۴۰	پیش
۴۱	قشر مخ و آیبی
۴۳	بخش‌های نیمکره‌ای مغز
۴۴	قطعه‌ی پیشانی
۴۴	قشر مخ پیش پیش
۴۶	قطعه‌ی آهیانه‌ای
۴۶	قطعه‌ی گیجگاهی
۴۶	قطعه‌ی پس‌سری
۴۷	مناطق ارتباطی
۴۸	قشر مخ تنی-حسی اولیه
۴۸	هسته‌های قاعده‌ای
۴۸	دستگاه لیمبیک
۴۹	آمیگدال
۵۰	هیپوگامپ
۵۰	تالاموس
۵۱	هیپوتالاموس
۵۱	میان مغز
۵۲	ساقه‌ی مغز

۵۲	مغز پسین
۵۳	پل مغزی
۵۳	مخچه
۵۳	بررسی سیستم عصبی به شیوه‌ی علمی
۵۴	مشاهدات بالینی
۵۵	مطالعات پس از مرگ
۵۵	مطالعات حیوانی
۵۶	تکنیک امواج مغز (EEG)
۵۷	پتانسیل وابسته به رویداد (ERP)
۵۸	تصویربرداری ثابت
۵۹	ام آر آی (MRI)
۶۰	تصویربرداری حرکت و نیرو
۶۲	پت (PET)
۶۳	تحریک فرا جملهای مغز (TMS)
۶۴	میزان رسانایی پوست (CSR)
۶۵	ام ای جی (MEG)
۶۷	فصل سوم: روان‌شناسی، علوم اعصاب و اقتصاد
۶۹	روان‌شناسی و علم اقتصاد
۷۱	سه معنای روان‌شناسی اقتصاد
۷۲	پیش فرض‌های روان‌شناختی اقتصاد
۷۳	روان‌شناسی اقتصاد به‌عنوان یک رشته از روان‌شناسی کاربردی
۷۳	روان‌شناسی اقتصاد به‌عنوان یک رشته‌ی مطالعاتی ویژه
۷۳	روش‌های روان‌شناسی اقتصاد و مطالعه‌ی رفتار اقتصادی
۷۳	رویکرد مفهومی: عقلانیت
۷۵	رویکرد آزمایشگاهی
۷۶	مشاهده‌ی میدانی و آزمایش‌گری میدانی
۷۷	اقتصاد رفتاری سعی در انجام چه چیزی دارد؟
۷۷	زمینه‌ی تاریخی اقتصاد رفتاری

۸۰	روش‌های اقتصاد رفتاری
۸۱	تاریخچه‌ی کوتاه علم عصب - اقتصاد
۸۱	اقتصاد نئوکلاسیک
۸۳	علوم اعصاب شناختی
۸۸	تعاریف عصب - اقتصاد
۹۰	ابزارهای تحقیق عصب - اقتصاد
۹۲	طرح کلی مطالعات عصب - اقتصاد
۹۲	طراحی مطالعه
۹۲	۲. پیمایش مغزها
۹۳	۱. تفکر و احساسات
۹۴	عصبین رایج در تحقیقات عصب اقتصاد
۹۴	۱. ر. ب. ا. ها
۹۵	۲. سودمند و سیستم پاداش
۹۵	۳. مغز اجتماعی: صاف،
۹۷	۴. به سوی یک نظریه‌ی عصبی تصمیم‌گیری اقتصادی
۹۹	فصل چهارم: علم عصب - بازاریابی
۱۰۱	مقدمه‌ای بر علم عصب - بازاریابی
۱۰۲	علم عصب - بازاریابی چیست؟
۱۰۴	خلاصه‌ای از تاریخچه‌ی علم عصب - بازاریابی
۱۰۶	ماجرای رقابت پیسی و کوکاکولا
۱۰۸	شرطی سازی و بازاریابی
۱۰۹	ترجیح محصول
	هم‌بسته‌های عصبی و ترجیح محصول
۱۱۱	اهمیت شناسایی ویژگی‌های مغز در بازاریابی
۱۱۱	مسائل اخلاقی در علم عصب - بازاریابی
۱۱۹	منابع
۱۲۳	نمایه