

## **Le téléspectateur face à la publicité**

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Le téléspectateur face à la publicité : l'oeil, l'oreille, le cerveau / Rencontres sur "Oeil, cerveau et comportement du TV spectateur" [1er Colloque international sur le comportement du téléspectateur face à la publicité, 16 mars 1988, Paris] ; organisées par la Société Mediatop ; [en collaboration avec le Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés de l'Université de Paris VIII]

Auteur(s) : Colloque international sur le comportement du téléspectateur face à la publicité 01 1988 Paris

Autre(s) auteur(s) : Groupe de recherche sur les comportements humains spectaculaires organisés Saint-Denis, Seine-Saint-Denis  
Mediatop

Publication : Paris : Nathan, DL 1989

Description matérielle : 1 vol. (143 p.) : ill. en noir et en coul., couv. ill. ; 22 cm

Collection : Collection Nathan université Arts

ISBN : 2-09-190703-0

EAN : 9782091907031

Appartient à la collection : Nathan université, information, formation 0335-329X 65

Classification décimale Dewey : 302.23

Note sur l'exemplaire : (BCSSA) Dédicace de l'auteur  
(BCSSA) Annotations p. 16

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 124-129

Sujet - Nom commun : Guerre de l'information

Comportement des téléspectateurs

Publicité télévisée -- Influence

Publicité télévisée

Publicité -- Télévision

Publicité télévisée -- Psychologie

Forme, genre ou caractéristiques physiques : Actes de congrès