

СОДЕРЖАНИЕ

А. Менегетти

Реклама: факт, корни и власть3

РЕКЛАМА

Д. Огилви

Тайны рекламного двора 16

Р. Ривз

Реальность в рекламе 100

М. Маккормак

Учитесь разбираться в людях 119

Ч. Сэндидж, В. Фрайцбургер, К. Ротцол

Изучение потребителей 138

М. Айзенберг

Слоган..... 181

Л. Шонина

От стереотипа к слогану 187

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФЕНОМЕНЫ РЕКЛАМНОЙ ВЗАИМОДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Т. М. Дридзе

Сознание и текст 192

И.Л. Савранский .

Функциональная роль ассоциативности204

А.А. Гостев

Образная сфера личности210

Х. Хекхаузен

Мотив и мотивация225

П. В. Симонов

Информационная теория эмоций240

Р. Г. Иатадзе

Воображение как фактор поведения250

ПСИХОЛОГИЯ И ПСИХОАНАЛИЗ РЕКЛАМЫ

<i>А. Ульяновский</i> Социально-философские основы и принципы мифодизайна.....	259
<i>А. Дейян</i> Теории коммуникации и их применение к рекламе	337
<i>О.А. Сычев</i> Реклама и текст.....	351
<i>И. Рожнов</i> Реклама и цвет.....	368
<i>П.С. Гуревич</i> Кто Я?.....	374
<i>Г. Почепцов</i> Мотивационный анализ в рекламе.....	410
<i>В. Паккард</i> Психоанализ в рекламе.....	415
<i>Д. Толстогораев</i> Тайный заговор Огилви и Фрейда.....	444
<i>В. Зазыкин</i> Психология рекламы.....	448
<i>Л.К. Аверченко</i> Психология рекламы.....	470
<i>Е. Ухова</i> Реклама и архетипы.....	481
<i>С. Юдин</i> Рекламный образ: умение являть.....	484
<i>Д. Леонтьев</i> Образ, по которому нас встречают.....	491
<i>Д. Леонтьев</i> Образ, который никто не видит.....	496
<i>А. Лебедев</i> Реклама и психология эмоций.....	502
<i>В.Л. Музыкант</i> Рекламный текст и эмоции человека.....	506

<i>Т. Муладжанова</i>	
Секреты эффективной коммуникации	550
<i>П. Буков, Г. Сартан</i>	
Психологические эффекты в рекламе.....	556
<i>Л. Н. Хромов</i>	
Искусство рекламы глазами психофизиолога.....	563

ПРАКТИКУМ

<i>К. Л. Бове, У. Ф. Арене</i>	
Поведение потребителя и сегментирование рынка...	587
<i>А. Н. Лебедев, А. К. Боковиков</i>	
Влияние ролевой установки на экономическое поведение российских потребителей	638
<i>А. Н. Лебедев</i>	
Исследование динамики эмоционального отношения российского потребителя к рекламе.....	650
<i>К. В. Сельченков</i>	
Алгоритм анализа текста рекламного сообщения.....	660
Алгоритм психологического анализа предвари тельного сообщения	664
Архетипы коллективного бессознательного.....	667
<i>А. П. Журавлев</i>	
Значение и звучание	695
Звук и цвет. Значение и звучание	697

ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

<i>Э. Фромм</i>	
Принцип беспрепятственного удовлетворения.....	712