

Тимофеев М.И.

Психология рекламы: Учеб. пособие. — 2-е изд. — М.:  
РИОР: ИНФРЛ-М, 2015. - 224с. - (ВПО: Бакалавриат). -

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Тема 1. КУРС «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»<br/>В СИСТЕМЕ ЗНАНИЙ МАРКЕТОЛОГА И РЕКЛАМИСТА</b>                              | <b>3</b>  |
| 1.1. Генетическая программа человека<br>как первопричина его поведения  | 3         |
| 1.2. Место рекламы в современной культуре   | 5         |
| 1.3. Профессиональные особенности специалистов<br>по рекламе  | 5         |
| <b>Тема 2. РОЛЬ СОЦИАЛИЗАЦИИ<br/>В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ</b>  | <b>7</b>  |
| 2.1. Значение социального статуса в жизни<br>человеческого общества   | 7         |
| 2.2. Методологические ошибки социологических<br>исследований  | 9         |
| 2.3. Социальные оценки. Социальные сравнения.<br>Референтные группы. Социальные соревнования                        | 10        |
| 2.4. Личность и самореклама   | 15        |
| <b>Тема 3 . МОДА КАК СОЦИАЛЬНОЕ<br/>И КОММЕРЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ</b>  | <b>24</b> |
| 3.1. Социальная роль моды   | 24        |
| 3.2. мода в системе политического управления массами  | 25        |
| 3.3. Мотивы гонки за модой  | 28        |
| 3.4. Пути происхождения и движение моды.<br>Особенности современной моды  | 30        |
| <b>Тема 4. МОТИВЫ И ПОТРЕБНОСТИ КАК ОСНОВА<br/>ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ</b>                                       | <b>34</b> |
| 4.1. Модель психики личности  |           |
| 4.2. Понятие о мотивах и фундаментальных<br>потребностях. Механизм функционирования<br>фундаментальных потребностей |           |
| 4.3. Рациональные и эмоциональные мотивы<br>в поведении потребителей  |           |
| 4.4. Характеристика фундаментальных<br>потребностей (ФП)  |           |
| 4.5. АнтиМаслоу   |           |
| 4.6. Классификация потребностей и их типология  |           |

**Тема 5. СЕГМЕНТОВАНИЕ РЫНКА  
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ**.....66

- 5.1. Классовая сегментация.  
Социально-экономический подход.....66
- 5.2. Демографическая сегментация.....68
- 5.3. Психографическая сегментация.....69
- 5.4. Сегментирование по отношению к новым  
товарным группам, маркам.....72
- 5.5. Сегментирование по отношению к рекламе.....73

**Тема 6. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ  
ПРИ ВОСПРИЯТИИ РЕКЛАМЫ И ПРИЕМЫ  
ПОВЫШЕНИЯ ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ**.....75

- 6.1. Структура рекламных воздействий.....75
- 6.2. Психические процессы при восприятии рекламы.....76

**Тема 7. ВИДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО  
ВОЗДЕЙСТВИЯ РЕКЛАМЫ**.....107

- 7.1. Маркетинговая стратегия. Убеждение как вид  
воздействия через рациональные мотивы.....107
- 7.2. Суггестивная стратегия.  
Воздействие через иррациональные мотивы.....109
- 7.3. Психоаналитическая стратегия.....123
  - 7.3.1. Понятие о бессознательном.....124
  - 7.3.2. Техника воздействия на подсознание.....125

**Тема 8. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ  
ПОСТРОЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЩЕНИЙ**.....134

- 8.1. Принцип адресности.....134
- 8.2. Ассоциативная методика.....135
- 8.3. Идентификация.....135
- 8.4. Гештальт-принцип в рекламном воздействии.....138
- 8.5. Непрямое убеждение.  
Вербально-суггестивная техника.....140
- 8.6. Психология цвета в рекламе.....142

**Тема 9. ТЕХНИКИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО  
ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ**.....148

- 9.1. Позиционирование.....148
- 9.2. Имидж как средство психологического  
воздействия.....149

|      |  |     |
|------|--|-----|
| 9.3. | Уникальное торговое предложение (УТП)..... | 150 |
| 9.4. | Пропаганда.....                            | 153 |
| 9.5. | Брендинг.....                              | 156 |
| 9.6. | Эпатажная реклама.....                     | 161 |

**Тема 10. КРЕАТИВ В РЕКЛАМЕ.  
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В РАЗЛИЧНЫХ  
РЕКЛАМОНОСИТЕЛЯХ.....** 165

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 10.1. | Креатив в рекламе.<br>Психология в рекламном творчестве.....                             | 165 |
| 10.2. | Печатная реклама.....  | 169 |
| 10.3. | Психологические приемы в директ-маркетинге.....  | 182 |
| 10.4. | Психология в ТВ-рекламе.....   | 188 |
| 10.5. | Психология в радиорекламе.....   | 193 |
| 10.6. | Реклама в кино, литературных произведениях<br>и в ток-шоу.....                           | 196 |
| 10.7. | Общественная информация.<br>Связи с общественностью ( <i>public relation – PR</i> )..... | 198 |
| 10.8. | Витринная реклама.....   | 200 |

**Тема 11. ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИИ  
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....** 203

|       |  |     |
|-------|--|-----|
| 11.1. | Активация и удовлетворение покупательской<br>потребности.....              | 203 |
| 11.2. | Мотивы посещения магазина.....   | 209 |
| 11.3. | Общие черты поведения потребителей<br>в условиях рыночной экономики.....   | 212 |
| 11.4. | Особенности покупательского поведения<br>некоторых групп потребителей..... | 214 |
| 11.5. | Алгоритм совершения покупки.....   | 217 |

**Список литературы.....** 220