

Измайлова М. А.

Психология рекламной деятельности: Учебник /
М. А. Измайлова. — 4-е изд., стер. — М.: Издательско-
торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 442 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	7
Тема 1.1. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы.....	7
Тема 1.2. Реклама как вид маркетинговой коммуникации.....	35
Тема 1.3. Психические процессы в рекламе.....	52
Тема 1.4. Психология восприятия рекламы.....	81
РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ЕГО МЕХАНИЗМЫ	102
Тема 2.1. Суггестивные технологии психологического воздействия рекламы на потребителя.....	102
Тема 2.2. Маркетинговые технологии психологического воздействия рекламы на потребителя.....	135
РАЗДЕЛ 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ	170
Тема 3.1. Психология потребностей и мотивации в рекламе.....	170
Тема 3.2. Психология саморекламы.....	198
Тема 3.3. Определение покупательского поведения как инструмент рекламы.....	212
РАЗДЕЛ 4. ОБЩЕПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И РЕКЛАМА	230
Тема 4.1. Типология личности и ее значимость для рекламной деятельности.....	230

Тема 4.2. Психология отношения потребителей к рекламе.....	259
РАЗДЕЛ 5. ПСИХОТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	278
Тема 5.1. Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения.....	278
Тема 5.2. Психотехнологии рекламных средств без обратной связи.....	298
Тема 5.3. Психотехнологии рекламного текста без обратной связи.....	329
Тема 5.4. Психотехнологии рекламных средств с обратной связью.....	346
Тема 5.5. Психотехнологии политической рекламы.....	358
РАЗДЕЛ 6. ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕКЛАМЫ.....	373
Тема 6.1. Проблемы психологической эффективности рекламы.....	373
Тема 6.2. Психология творчества в рекламе.....	389
Тема 6.3. Личность рекламного агента в условиях современного рынка.....	417
ЛИТЕРАТУРА.....	438