

УДК [159.9:659.1](075.8)
ББК 88.5я73-1
Г95

Главный редактор издательства
кандидат юридических наук,
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Гуревич, Павел Семенович.
Г95 Психология рекламы: Учебник для студентов вузов /
П.С. Гуревич. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 287 с. — (Серия
«Учебники профессора П.С. Гуревича»)

ISBN 5-238-00936-4

Агентство СІР РГБ

Учебник отличается прежде всего аналитическим подходом к такому феномену, как психология рекламы, т.е. тому творческому процессу, который и сам характеризуется своей неординарностью.

Представленная книга — достаточно полное по тематике исследование в такой увлекательной сфере бизнеса, как рекламное дело, — от частного до общего, от воздействия рекламы на конкретного человека до манипуляции общественным мнением.

Для студентов и преподавателей вузов, научных работников, слушателей школ бизнеса, руководителей предприятий и организаций, для всех интересующихся проблемами психологии рекламы.

ББК 88.5я73-1

ISBN 5-238-00936-4

© П.С. Гуревич, 2005
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2005

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

Оглавление

Введение	3
Тема 1. Реклама как социальный феномен	10
Тема 2. Мода	24
Тема 3. Ценностные предпосылки рекламы	41
Тема 4. Образ жизни и реклама	58
Тема 5. Самое эксцентричное создание универсума	75
Тема 6. Человек иррационален	88
Тема 7. Люди поразительно легковверны	102
Тема 8. Человек сексуализирован	120
Тема 9. Человеческие потребности	135
Тема 10. Экономическая реклама	151
Тема 11. Политическая реклама	169
Тема 12. Социальная реклама	186
Тема 13. Бытовая реклама	201
Тема 14. Механизм сублимации	216
Тема 15. Механизм проекции	231
Тема 16. Механизм идентификации	242
Тема 17. Имидж как феномен рекламы	250
Словарь терминов	265