

**УДК 659**  
**ББК 76.0**  
**ИЗ7**

**Автор:**

*М. А. Измайлова* — доктор экономических наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы Российского университета кооперации.

**Рецензенты:**

*С. М. Королев* — доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры педагогики, психологии и культурологии Российского университета кооперации,

*Н. И. Птуха* — кандидат психологических наук, доцент кафедры антикризисного управления и оценочной деятельности Российского государственного университета туризма и сервиса, член-корреспондент Международной академии акмеологических наук

**Измайлова М. А.**

Психология рекламной деятельности: Учебник /

**ИЗ7** М. А. Измайлова. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 444 с.

ISBN 978-5-394-00947-1

В учебнике обобщен теоретический, методологический и практический материал, связанный с анализом многочисленных и разнообразных проблем в области психологии рекламной деятельности. Раскрыты проблемы психологической эффективности рекламы, механизмы психологического воздействия рекламы на потребителя, психологические аспекты принятия решений и общепсихологические модели в рекламе, систематизированы современные психотехнологии рекламной деятельности, затронуты вопросы психологии творчества в рекламе и многое другое.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», а также всех, кто интересуется проблемами психологии рекламной деятельности.

ISBN 978-5-394-00947-1

© Измайлова М. А., 2010  
 © ООО «ИТК «Дашков и К°», 2010

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>5</b>
<b>РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....</b>	<b>7</b>
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
<b>РАЗДЕЛ 2. ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ И ЕГО МЕХАНИЗМЫ.....</b>	<b>102</b>
Тема 2.1. Суггестивные технологии психологического воздействия рекламы на потребителя .....	102
Тема 2.2. Маркетинговые технологии психологического воздействия рекламы на потребителя .....	135
<b>РАЗДЕЛ 3. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ .....</b>	<b>170</b>
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
<b>РАЗДЕЛ 4. ОБЩЕПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И РЕКЛАМА .....</b>	<b>230</b>
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**

<b>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....</b>	<b>278</b>
--------------------------	------------

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**

<b>РЕКЛАМЫ.....</b>	<b>373</b>
---------------------	------------

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
--	-----

<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>438</b>
------------------------	------------