

УДК 316.6(075.8)  
ББК С524.224.67я73-1  
О511

Рецензенты:

кафедра акмеологии и психологии управления  
Уральского государственного педагогического университета  
(заведующий кафедрой доктор психологических наук,  
профессор Э. Э. С ы м а н ю к);

Э. Ф. З е е р, член-корреспондент РАО,  
доктор психологических наук, профессор  
(Уральский государственный педагогический университет)

Научный редактор

В. В. М а к е р о в а, кандидат психологических наук,  
доцент кафедры социальной психологии и психологии управления УрФУ

**Оконечникова, Л. В.**

О511 Психологические методы исследования рекламы : [учеб.-метод. пособие] / Л. В. Оконечникова ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 124 с.

ISBN 978-5-7996-1268-9

В теоретической части учебно-методического пособия описаны две наиболее важные методологические традиции в изучении рекламы: американская, опирающаяся на идею воздействия на потребителя, и немецкая, ориентированная на изучение потребностей потребителя. Представлен анализ основных качественных и количественных методов исследования рекламы. Особое внимание уделяется такому методу, как психологическая экспертиза рекламы. Рассматриваются экспертизы, проведенные в маркетинговых целях, и экспертизы психологической безопасности рекламы. Практические задания и приложения позволят студентам освоить основные психологические методы.

УДК 316.6(075.8)  
ББК С524.224.67я73-1

ISBN 978-5-7996-1268-9

© Уральский федеральный университет, 2014  
© Оконечникова Л. В., 2014

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	3
<b>1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ТРАДИЦИИ И МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕКЛАМЫ .....</b>	<b>5</b>
1.1. Методологические традиции в организации социально-психологических исследований рекламы .....	5
1.2. Проблема типологии и интерпретации методов изучения рекламы .....	10
1.3. Общая характеристика претестовых методов исследования рекламы .....	18
1.3.1. Количественные методы исследования рекламы .....	18
1.3.2. Качественные методы исследования рекламы .....	46
1.4. Общая характеристика посттестовых исследований рекламы (рекламных экспертиз) .....	83
<b>2. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ИЗУЧЕНИЯ РЕКЛАМЫ .....</b>	<b>93</b>
Список рекомендуемой литературы .....	97
Приложения .....	99