

УДК 659
ББК 76.0
ИЗ7

Автор:

М. А. Измайлова — доктор экономических наук, профессор.

Рецензенты:

С. М. Королев — доктор психологических наук, доцент;

Н. И. Птуха — кандидат психологических наук, доцент.

Измайлова М. А.

ИЗ7

Психология рекламной деятельности: Учебник / М. А. Измайлова. — 6-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. — 442 с.

ISBN 978-5-394-05180-7

В учебнике 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.

Подписано в печать 10.09.2022. Формат 60×84 1/16.
Печать офсетная. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 27,75.
Тираж 100 экз.



Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 182-01-58
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

ISBN 978-5-394-05180-7

© Измайлова М. А., 2010

© ООО «ИТК «Дашков и К°», 2010

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 |
|------------------------|------------|