

## СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКЦИЯ 1. Теоретические и методологические основы психологии рекламы .. 4	
1.1 Реклама как форма массовых коммуникаций .....	4
1.2 История возникновения и развития психологии в рекламе .....	7
1.3 Основные категории и направления в психологии рекламы .....	11
1.4 Психологические особенности визуальной и вербальной коммуникации ...	12
1.4.1 Визуальная коммуникация .....	13
1.4.2 Вербальная коммуникация .....	15
ЛЕКЦИЯ 2. Реклама как средство психологического воздействия .....	17
2.1 Функции, виды и механизмы рекламного психологического воздействия ..	17
2.2 Реклама как процесс воздействия .....	18
2.3 Современные технологии манипулирования и зомбирования .....	20
2.4 Психологические аспекты рекламы с точки зрения гештальтпсихологии ...	23
2.5 Принципы понимания действия рекламы через шкалу тонов .....	24
ЛЕКЦИЯ 3. Психология мотивации в рекламе .....	27
3.1 Виды потребительских мотивов .....	27
3.2 Мотивационная психология и эффективность рекламы .....	29
ЛЕКЦИЯ 4. Аспекты рекламного воздействия .....	31
4.1. Когнитивный аспект рекламного воздействия .....	31
4.2 Эмоциональный аспект рекламного воздействия .....	33
4.3 Поведенческий аспект рекламного воздействия .....	35
ЛЕКЦИЯ 5. Половозрастные особенности восприятия рекламы .....	36
5.1 Восприятие рекламы женщинами и мужчинами различных возрастных категорий .....	36
5.2 Психология восприятия рекламы детьми .....	38
5.3 Ролевые стереотипы .....	40
5.4 Личностные факторы, влияющие на восприятие рекламы и поведение потребителя .....	43
5.5 Самореклама .....	45
ЛЕКЦИЯ 6. Психология восприятия средств рекламы .....	48
6.1 Психология восприятия цвета, света, пространства, оптических иллюзий. 48	
6.1.1 Психология восприятия цвета .....	48
6.1.2 Психология восприятия света .....	51
6.1.3 Психология восприятия пространства .....	52
6.1.4 Психология восприятия оптических иллюзий .....	53
6.2 Психология восприятия звука .....	58
6.3 Психология восприятия символов и образов .....	60
6.4 Психология восприятия линии, штриха, пятна, фактуры .....	61
ЛЕКЦИЯ 7. Практические направления социально-психологических работ в области рекламы .....	62
7.1 Суггестивные психотехнологии в рекламе .....	62
7.2. Психоаналитические ориентированные подходы .....	66
7.3 Гипнотический подход .....	68
7.4 Методы исследования в психологии рекламы .....	70
7.5 Психологическая экспертиза рекламы и оценка ее эффективности .....	72
ЛИТЕРАТУРА .....	76