Лебедев-Любимов А. Н.

Психология рекламы. СПб.: Питер, 2004. — 368 с: ил. (Серия «Мастера психологии»).

ISBN 5-94723-364-9

Данная книга первый в России фундаментальный труд, в котором изложены основы психологии рекламы как отрасли психологической науки. Она расскажет о различных видах рекламной деятельности с точки зрения психологии; о механизмах воздействия рекламы на человека и о степени их эффективности; о положительном и отрицательном влиянии рекламы на культуру; о потенциальной возможности рекламы принимать форму взаиморазвивающего диалога. В книге излагается концепция, согласно которой каждый человек является не только объектом воздействия рекламы, но и сам оказывается «рекламистом», рекламируя купленные им товары или себя самого в общении с другими людьми.

Книга адресована специалистам, работающим в сфере рекламного бизнеса; рекламистам, занимающимся производством и распространением рекламной продукции; представителям общественных и политических организаций, а также преподавателям и студентам соответствующих факультетов и вузов, изучающим основы психологии рекламной деятельности.