



© Минский институт управления

# Гипноз рекламы (психологические аспекты рекламного искусства)

**Гипноз рекламы (психологические аспекты рекламного искусства)**

**Автор:** [Ленсу Я.Ю.](#)

**Ключевые слова:** торговая реклама, рекламная упаковка, психологическое воздействие рекламы, теория трех психологических состояний, психологические состояния потребителя

**[Иновационные образовательные технологии - 2010 - №3\(23\)](#)**

[В конспект преподавателя](#)

---

**При использовании материалов ссылка на публикацию обязательна.**

Ссылка на печатное издание:

Ленсу, Я.Ю. Гипноз рекламы (психологические аспекты рекламного искусства) / Я.Ю. Ленсу // Иновационные образовательные технологии. - 2010. - №3(23). - С. 70-74.

Ссылка на электронное издание:

Ленсу, Я.Ю. Гипноз рекламы (психологические аспекты рекламного искусства) / Я.Ю. Ленсу // Иновационные образовательные технологии [Электрон. ресурс]. - 2010. - №3. - Режим доступа : <http://elibrary.miu.by/journals!/item.iot/issue.23/article.9.html>. - Дата доступа : 28.11.2020.