

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	7
Введение	11
Глава 1. Приток крови к голове	16
Самое значительное исследование в области нейромаркетинга проводится постоянно	
Глава 2. Грамотное размещение продукта	41
Продакт-плейсмент, телешоу «American Idol» и ошибка Ford, которая стоила ей миллионов	
Глава 3. И я такую же хочу!	54
Действие зеркальных нейронов	
Глава 4. Я не могу трезво мыслить	65
Реклама, воздействующая на подсознание, существует — и уже давно	
Глава 5. Верите ли вы в магию?	80
Ритуалы и суеверия, а также причины, по которым люди совершают покупки	
Глава 6. Читая молитву	95
Вера, религия, бренды	
Глава 7. А ты мне нравишься, нравишься, нравишься	111
Сила воздействия соматических маркеров	
Глава 8. Эти удивительные чувства	121
Покупаем не мы — а наши чувства	
Глава 9. Что же дальше?	140
Нейромаркетинг в прогнозировании будущего	
Глава 10. Проведем ночь вместе?	149
Сексуальный подтекст в рекламе	
Заключение	162
Бренд будущего	
Приложение	171
От автора	174
Примечания	179
Источники	183