

Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. — М.: ЦСП, 2008. — 628 с.

В монографии Б.З. Докторов рассматривается широкий круг тем, касающихся возникновения и развития рекламы и опросов общественного мнения в США. При этом реклама трактуется как один из важнейших элементов системы отношений между производителем и потребителем, а изучение общественного мнения – как существенная часть американской демократии.

Книга относится к историко-научно-исследовательскому жанру и базируется на исследованиях автора историко-биографической, культурологической и социологической направленности. Она знакомит читателя с малоизвестными в нашей стране процессами становления рекламы и опросов общественного мнения, а также с жизнью и творчеством ряда выдающихся рекламистов и аналитиков общественного мнения. Одновременно она дает представление о том, как проводятся историко-биографические исследования.

Книга может служить пособием для преподавателей, аспирантов и студентов, специализирующихся в области социологии и маркетинга. Она представляет интерес для историков, политологов, журналистов и всех тех, кто по роду своей деятельности связан с созданием рекламы и изучением общественного мнения.