1. **Khái niệm ám thị:**

Từ điểm tâm lý học định nghĩa ám thị là quá trình tác động một cách trực tiếp hoặc gián tiếp lên tâm lý con người nhằm mục đích điều khiển họ thực hiện những yêu cầu nhất định.

Ám thị là một thành tố của giao tiếp, song nó cũng có thể được tổ chức, xây dựng thành một dạng giao tiếp đặc biệt, thường được sử dụng trong lĩnh vực y học, Tôn giáo… Phương tiện được sử dụng trong ám thị có thể là ngôn ngữ và Phi ngôn ngữ (nét mặt, điệu Bộ…). Chủ thể gây ám thị có thể là một cá nhân hay một nhóm.

**Ứng dụng của ám thị:**

Trong trạng thái bị ám thị, năng lực ý thức, tính phê phán của người bị ám thị đối với những Nội dung bị ám thị giảm đi rõ rệt. Những Nội dung này được cá nhân lĩnh hội một cách tự động, rất khó bị phê phán, suy xét, phân tích một cách logic.

**2. Phân loại ám thị:** Trực tiếp và gián tiếp

\* ám thị trực tiếp là quá trình sử dụng những mệnh lệnh, yêu cầu tác động trực tiếp lên tâm lý của đối tượng.

\* ám thị gián tiếp, thông tin được đưa ra dưới dạng ẩn hoặc che giấu, làm cho đối tượng không ý thức được mục đích, yêu cầu của người ám thị và tiếp nhận nó một cách từ từ, không chủ định.

**3. Khái niệm về quảng cáo:**

Quảng cáo là quảng cáo là hình thức tuyên truyền được trả phí hoặc không để thực hiện việc giới thiệu thông tin về sản phẩm, dịch vụ, công ty hay ý tưởng, quảng cáo là hoạt động truyền thông phi trực tiếp giữa người với người mà trong đó người muốn truyền thông phải trả tiền cho các phương tiện truyền thông đại chúng để đưa thông tin đến thuyết phục hay tác động đến người nhận thông tin.

Quảng cáo là những nỗ lực nhằm tác động tới hành vi, thói quen mua hàng của người tiêu dùng hay khách hàng bằng cách cung cấp những thông điệp bán hàng theo cách thuyết phục về sản phẩm hay dịch vụ của người bán.

*Đặc điểm của quảng cáo là gì :*

\* Quảng cáo là một hình thức truyền thông được trả tiền để thực hiện.

\* Người chi trả cho nội dung quảng cáo là một tác nhân được xác định.

\* Nội dung quảng cáo nhằm thuyết phục hoặc tạo ảnh hưởng tác động vào người mua hàng.

\* Thông điệp quảng cáo có thể được chuyển đến khách hàng bằng nhiều phương tiện truyền thông khác nhau.

\* Quảng cáo tiếp cận đến một đại bộ phận khách hàng tiềm năng.

\* Quảng cáo là một hoạt động truyền thông marketing phi cá thể.



**Các loại hình quảng cáo thường sử dụng :**

*Quảng cáo thương hiệu (brand advertising)*

+ Quảng cáo xây dựng thương hiệu: Nhằm xây dựng một hình ảnh về sự uy tín với người với một thương hiệu về lâu dài. Nội dung quảng cáo nầy thường rất đơn giản vì chỉ nhấn mạnh sản phẩm dịch vụ mang thương hiệu đó là chính .

*Quảng cáo địa phương (local advertising)*

+ Quảng cáo địa phương: Chủ yếu thông báo đến khách hàng rằng sản phẩm đang có mặt tại một điểm bán hàng nào đó nhằm lôi kéo khách hàng đến cửa hàng.như quảng cáo khai trương của hàng, quảng cáo của các siêu thị v..v

*Quảng cáo chính trị (political advertising):*

+ Chính trị gia: Thường làm quảng cáo để thuyết phục cử tri bỏ phiếu cho mình hoặc ủng hộ chính kiến, ý tưởng của minh. Các chiến dịnh vận động tranh cử tổng thống Mỹ là một ví dụ điển hình.

*Quảng cáo hướng dẫn (directory advertising):*

+ Quảng cáo hướng dẫn: Đây là hình thức quảng cáo nhằm hướng dẫn khác hàng làm thế nào để mua một sản phẩm hoặc dịch vụ. "chẳng hạn như niên giám những trang vàng".

*Quảng cáo phản hồi trực tiếp (direct-respond advertising):*

+ Quảng cáo phản hồi trực tiếp: Hình thức quảng cáo này nhằm để bán hàng một cách trực tiếp, khách hàng mua sản phẩm chỉ việc gọi điện thoại hoặc email, sản phẩm sẽ được giao đến tận nơi.

*Quảng cáo thị trường doanh nghiệp (Business-to-business advertising):*

+ Quảng cáo thị trường doanh nghiệp: Loại hình quảng cáo này chỉ nhắm vào khách mua hàng là doanh nghiệp, công ty chứ không phải là người tiêu dùng. Chẳng hạn như quảng cáo các sản phẩm là nguyên liệu sản xuất, hoặc các sản phẩm chỉ dùng trong văn phòng nhà máy.

*Quảng cáo hình ảnh công ty (institution advertising):*

+ Quảng cáo hình ảnh công ty: Loại hình quảng cáo nầy nhằm xây dựng sự nhận biết về một tổ chức, hay thu phục cảm tình hay sự ủng hộ của quầng chúng đối với một công ty, tổ chức. "chẳng hạn như quảng cáo của các tổ chức thuộc liên hợp quốc, hay quảng cáo của các công ty sản xuất thuốc lá nhằm làm cho hình ảnh công ty mình thân thiện với công chúng hơn".

*Quảng cáo dịch vụ công ích (public service advertising):*

+ Quảng cáo dịch vụ công ích: Thường là quảng cáo hỗ trợ cho các chương trình, chiến dịch của chính phủ "như sinh đẻ kế hoạch, an toàn giao thông".

*Quảng cáo tương tác (interact advertising):*

+ Quảng cáo tương tác: Đây chủ yếu là các hoạt động quảng cáo bằng internet nhắm đến cá nhân người tiêu dùng. Thường người tiêu dùng sẽ trả lời bằng cách click vào quảng cáo hoặc tắt đi.