

**Психосемантический анализ** - метод, в результате которого происходит выявление факторов и индикаторов (на основании прямой речи - интервью, комментариев, синхронизированных и т.д.), на основе которых человек осуществляет выбор чего-либо (услуги, товара, объекта)

**Область применения метода:** изучение потенциальной аудитории; составление портрета потребителя; общественно-политическая сфера (в избирательных технологиях); при формировании экспертного профиля, имиджа ТОП-менеджеров компании и проч.