

Analiza przesłania reklamowego zawierającego erotyczny wizerunek kobiety na przykładzie reklamy prasowej.

Wstęp.....1

Rozdział I.

Główne zagadnienia i pojęcia reklamy

- 1.1. Reklama – istota, ewolucja, charakterystyka..... 3
- 1.2. Reklama – funkcje, rodzaje, cele oraz środki9
- 1.3. Wybrane zagadnienia reklamy prasowej..... 20

Rozdział II.

Przesłanie reklamowe jako fundament działań reklamowych

- 2.1. Proces tworzenia przekazu reklamowego36
- 2.2. Cechy przekazu reklamowego i jego budowa..... 42
- 2.3. Elementy przekazu reklamowego51

Rozdział III.

Erotyczny wizerunek kobiety w reklamie

- 3.1. Erotyka jako sposób oddziaływania na psychikę60
- 3.2. Role kobiety w reklamie68
- 3.3. Wykorzystanie erotycznego wizerunku kobiety w branży kosmetycznej73

Rozdział IV.

Badania własne

- 4.1. Analiza reklam zawierających erotyczny wizerunek kobiety82
- 4.2. Analiza przeprowadzonych badań89

4.3. Wnioski z badan 105

Zakończenie109

Bibliografia..... 111

Spis ilustracji 114

Spis tabel 116

Spis wykresów117

Spis rysunków119

Załączniki120