

Człowiek w reklamie

Wstęp.....3

Rozdział I.

Reklama jako element polityki marketingowej przedsiębiorstwa.....5

1. Pojęcie i rodzaje reklamy.....5

2. Cele reklamy.....11

3. Media reklamy.....17

3.1. Telewizja

3.2. Radio

3.3. Prasa

3.4. Medium telefoniczne

3.5. Poczta

3.6. Kino

3.7. Reklama zewnętrzna

3.8. Internet

Rozdział II.

Psychologiczne aspekty reklamy.....27

1. Percepcja reklamy.....27

2. Emocje w reklamie.....33

3. Style reklamy.....40

4. wpływ reklamy na konsumenta.....43

Rozdział III.

Stereotyp ludzki w reklamie.....51

1. Stereotyp-pojęcie i źródła.....51

2. Stereotyp kobiet.....54

2.1. Kobieta – matka

2.2. Kobieta – gospodyni domowa	
2.3. Kobieta – zona	
2.4. Kobieta – wamp	
2.5. Kobieta pracująca	
3. Stereotyp mężczyzn.....	60
3.1. Prawdziwy mężczyzna	
3.2. Mężczyzna – macho	
3.3. Mężczyzna – amant	
3.4. Mężczyzna udomowiony	
3.5. Mężczyzna – specjalista	
4. Stereotyp dzieci.....	66

Zakończenie.....69

Bibliografia.....72