

Formy reklamy i ich efektywnosc w firmie XYZ.

Wstęp.....3

Rozdział I.

Reklama jako element marketingu

- 1.1. Definicje i zakres pojęcia marketingu i reklamy5
- 1.2. Mechanizm oddziaływania reklamy na jej odbiorce11
- 1.3. Charakterystyka rodzajów reklamy16
 - 1.3.1. Reklama telewizyjna18
 - 1.3.2. Reklama radiowa18
 - 1.3.3. Reklama prasowa19
 - 1.3.4. Reklama zewnętrzna20
 - 1.3.5. Reklama elektroniczna21

Rozdział II.

Skuteczność i efektywność reklamy

- 2.1. Istota skuteczności reklamy23
- 2.2. Sposoby badania skuteczności reklamy28
 - 2.2.1. Badanie sprzedaży w przeszłości..... 29
 - 2.2.2. Badanie rynków testowych29
 - 2.2.3. Modele ekonometryczne..... 30
 - 2.2.4. Metoda uzyskiwania danych z jednego źródła31
- 2.3. Sposoby badania stopnia dotarcia środków reklamy do adresata..... 32
- 2.4. Warunki skuteczności i efektywności reklamy33

Rozdziały III.

Pozycjonowanie na polskim rynku firmy XYZ

3.1. Pozycja firmy na polskim rynku	37
3.2. Ocena kampanii reklamowych produktu X oraz produktu Y	38
3.3. Zmiana pozycji marki jako rezultat działalności reklamowej i promocyjnej firmy	42

Zakończenie..... 53

Bibliografia55

Spis tabel57

Spis schematów57

Spis rysunków58