

Kampanie społeczne a ich wpływ na otoczenie społeczne

Wstęp.....4

Rozdział I

Kampania społeczna – teoria i praktyka.

1.1 Definicja kampanii społecznych.....6

1.2 Klasyfikacja kampanii społecznych.....8

1.3 Cele kampanii społecznych.....10

1.4 Różnice między reklamą społeczną a reklamą komercyjną.....11

Rozdział II

Kampania „Zero waste” jako obiekt badań.

2.1 Dane dotyczące problemu odpadów26

2.2 Charakterystyka kampanii „Zero waste”.....27

2.2.1 Cele kampanii.....27

2.2.2 Grupy docelowe.....27

2.2.3 Źródła finansowania.....28

2.3 Środki przekazu wykorzystane w kampanii „Zero waste”.....29

Rozdział III

Kampania „Zero waste” – ocena skuteczności.

3.1 Metodologia badań.....37

3.2 Opis badanej grupy.....38

3.3 Wyniki badań.....41

3.4 Podsumowanie wyników badań.....52

Zakończenie.....54

Bibliografia.....55

Spis tabel.....58

Spis rysunków.....59

Spis wykresów.....60