

Kontrowersyjna reklama jako szczególne narzędzie promocji-mix.

Wstęp.....4

Rozdział I

Promocja – mix jako zintegrowana komunikacja marketingowa

1.1.Promocja-mix, definicja, cele, zadania oraz korzyści z jej występowania.....5

1.2.Czynniki mające wpływ na wybór instrumentów promocji-mix.....7

1.3.Specyfika poszczególnych instrumentów promocji-mix.....9

Rozdział II

Reklama jako sposób komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem

2.1.Reklama – powstanie reklamy i jej rozwój, definicje, cele, funkcje16

2.2.Formy i Środki przekazów reklamowego.....19

2.3.Skuteczność i efektywność reklamy.....22

Rozdział III

Wykorzystanie kontrowersji w reklamie i jej wpływ na otoczenie

3.1.Definicja i istota kontrowersji w reklamie.....25

3.2.Przykłady kontrowersji w reklamie.....30

3.3.Wpływ reklamy kontrowersyjnej na odbiorcę.....39

Zakończenie..... 42

Bibliografia..... 43

Spis tabel.....45

Spis rysunków.....45