

# **Psychologiczne mechanizmy wpływu reklamy na konsumenta na przykładzie marki XYZ.**

Wstęp.....4

## **Rozdział I**

Reklama w świetle literatury.....6

- 1.1. Pojęcie i istota reklamy
- 1.2. Rodzaje i cele reklamy
- 1.3. Reklama a teoria komunikowania marketingowego
- 1.4. Reklama w mediach tradycyjnych
- 1.5 Reklama w nowych mediach
- 1.6. Badania efektywności kampanii reklamowych

## **Rozdział II**

**Techniki perswazyjne w kontekście reklamy.....35**

- 2.1. Pojęcie i istota perswazji
- 2.2. Perswazja a manipulacja
- 2.3. Perswazja a propaganda
- 2.4. Reklama a oddziaływanie na potrzeby konsumenta
- 2.5. Reklama a język

## **Rozdział III**

**Psychologiczne mechanizmy wpływu reklamy na konsumenta na przykładzie marki XYZ.....62**

- 3.1. Reklama a pamięć i procesy uczenia się
- 3.2. Konstruowanie i emitowanie reklam w świetle badań nad pamięcią

- 3.3. Reklama a emocje
- 3.4. Reklama w procesie motywacyjnym
- 3.5. Reklama a zmiana postawy (zachowania) konsumpcyjne
- 3.6. Analiza reklamy na podstawie marki XYZ
- 3.7. Marka XYZ a nowe media
- 3.8. Reklama a media w świetle badań

**Zakończenie..... 93**

**Bibliografia**

**Spis rysunków**

**Spis wykresów**

**Spis tabel**