

Reklama jako czynnik kształtujący zachowania konsumenta

Wstęp.....5

Rozdział 1

Reklama jako czynnik kształtujący zachowania konsumenta

- 1.1. Geneza reklamy
- 1.2. Pojęcie reklamy
- 1.3. Cele i funkcje reklamy
- 1.4. Mechanizm działania reklamy
- 1.5. Rodzaje reklamy i środki przekazu

Rozdział 2

Podejmowanie decyzji konsumenckich

- 4.1. Pojęcie decyzji konsumenckich.
- 4.2. Czynniki wpływające na decyzje zakupowe.
- 4.3. Podział decyzji
- 4.3. Proces decyzyjny
- 4.4 Zachowanie konsumenta po dokonaniu zakupu
- 4.5. Wpływ marki na decyzje zakupowe

Rozdział 3

Ocena skuteczności reklam wykorzystujących pozytywne emocje na podejmowanie decyzji zakupowych przez studentów

- 3.1. Przedmiot i cel badań
- 3.2. Hipotezy badawcze
- 3.3. Metody i techniki badawcze
- 3.4. Charakterystyka grupy badawczej

3.5. Wyniki badań

Podsumowanie i wnioski

Zakończenie

Spis bibliografii

Spis wykresów

Ankieta