

Reklama jako jeden z instrumentów promotion-mix.

Wstęp..... 4

1. Historia firmy5

2. Cele i zadania reklamy..... 6

3. Rodzaje reklamy

3.1 Reklama konsumencka i reklama skierowana do firm9

3.2 Reklama produktu i instytucji..... 10

3.3 Reklama popytu głównego i selektywnego..... 10

3.4 Reklama produktów konsumpcyjnych, dóbr inwestycyjnych, surowców i usług11

3.5 Reklama indywidualna i wspólna11

3.6 Reklama wydawnicza i pozawydawnicza 11

3.7 Rodzaje reklamy według środków przekazu12

4. Kampania reklamowa

4.1 Ogólna charakterystyka kampanii reklamowej..... 26

5. Agencje reklamowe31

6. Badanie wpływu reklamy oraz stopnia dotarcia środków reklamy do adresatów33

Zakończenie 35

Spis tabel i rysunków 38

Wykaz literatury39

Uwaga: Brak przypisów do tekstu. Sa źródła do tabel, wykresów, rysunków.