

Reklama, jako proces komunikowania się z rynkiem

Wstęp..... 5

Rozdział I.

Istota reklamy

- 1. Pojęcie funkcje i cele reklamy.....7
- 2. Typy reklamy z podziałem na różne kryteria..... 12
- 3. Rodzaje reklam14
 - 3.1.Reklama prasowa14
 - 3.2.Reklama telewizyjna19
 - 3.3.Reklama radiowa21
 - 3.4.Reklama internetowa23
 - 3.5.Reklama zewnętrzna24
 - 3.6.Reklama kinowa26

Rozdział II.

Znaczenie i elementy procesu komunikowania

- 1.Typy komunikowania28
- 2.Elementy procesu komunikowania30
- 3.Formy i typy komunikowania 37

Rozdział III.

Elementy reklamy niezbędne w tworzeniu skutecznego komunikatu reklamowego

- 1.Narracja w reklamie43
- 2.Perswazja w reklamie45
- 3.Co i jak obiecać w reklamie-czyli jakie słowa działają47

4.Człowiek w reklamie	51
-----------------------------	----

Rozdział IV.

Skuteczność reklamy

1.Skuteczna reklama warunkiem sukcesu-oddziaływanie reklamy na klienta	59
2.Pozytywy i negatywy stosowania reklamy.....	65
3.Jak mierzyć skuteczność reklamy-metody.....	67

Rozdział V.

Oddziaływanie reklamy-analiza treści na wybranych przykładach

1.Krótką analizę kilku reklam telewizyjnych.....	73
2.Najskuteczniejsze hasła reklamowe, środki stylistyczne oraz słowa w przekazie reklamowym.....	77

Zakończenie.....

Wykaz literatury.....

Aneks

84