

Reklama telewizyjna i jej wpływ na dzieci na przykładzie firmy Danone

Wstęp

Rozdział I

Reklama telewizyjna, jako narzędzie promocji

- 1.1 Miejsce reklamy w marketingu
- 1.2 Cele i funkcje reklamy
- 1.3 Metody projektowania reklam
- 1.4 Reklama telewizyjna- charakterystyka
- 1.5 Oddziaływanie reklam telewizyjnych na dzieci

Rozdział II

Charakterystyka firmy Danone oraz analiza działań reklamowych firmy

- 2.1 Charakterystyka firmy Danone oraz zakres jej działania
- 2.2 Działania marketingowe stosowane przez firmę Danone z uwzględnieniem działań promocyjnych
- 2.3 Analiza działań reklamowych firmy Danone skierowanych do dzieci

Rozdział III

Badanie wpływu reklam firmy Danone na dzieci w wieku szkolnym – badanie własne ankietowe

- 3.1 Procedura badawcza i opracowanie wyników – ankieta skierowana do dzieci
- 3.2. Procedura badawcza i opracowanie wyników – ankieta

skierowana do rodziców

3.3 Porównanie informacji uzyskanych z ankiet skierowanych do dzieci i rodziców. Wnioski końcowe badania

Zakończenie.

Bibliografia