

Reklama w przedsiębiorstwie

Rozdział 1

Reklama

1. Odpłatność
2. Cele reklamy
3. Skuteczność reklamy
4. Cechy skutecznej reklamy
5. Główne elementy reklamy

Rozdział 2

środki i formy reklamy

1. środki reklamy
2. Przekazniki reklamy
3. Rodzaje reklamy
4. Formy reklamy
 - reklama prasowa
 - reklama wydawnicza
 - reklama kinowa
 - reklama telewizyjna
 - reklama radiowa
 - reklama sklepowa

Rozdział 3

Kampania reklamowa

1. Reguły w kampanii reklamowej
2. Zadania kampanii reklamowej
3. Cele kampanii reklamowej
4. Idea kampanii reklamowej
5. Czas trwania kampanii reklamowej
6. Wydatki na reklame

7. Wybór rodzajów środków reklamy

Rozdział 4

Dobór środków reklamy

1. Psychologiczne podstawy reklamy
2. Procesy pamięciowe
3. Reklama jako czynnik kształtujący nowe potrzeby
4. Wzbudzenie zainteresowania towarem
5. Decyzje zakupu towaru
6. Typy klientów

Rozdział 5

Badanie wpływu reklamy

1. Miernik oddziaływania reklamy
2. Analiza kosztów reklamy
3. Rachunek ekonomiczny reklamy

Rozdział 6

Organizacja komórki reklamy w przedsiębiorstwie

1. Usytuowanie oraz określenie zadań i kompetencji komórki reklamy
2. Wewnętrzny podział zadań w komórce reklamy
3. Pracownia reklamy
4. Agencje reklamy
5. Inne podmioty zajmujące się zagadnieniami reklamy

Rozdział 7

Zasady etyczno-prawne w reklamie

1. Prawne aspekty reklamy w Polsce
2. Jaka powinna być reklama

Literatura

Uwaga: Brak przypisów.