

Reklama wizualna oparta na emocjach. Na przykładzie reklam piwa.

Wstęp.....3

Przedmiot i cel pracy.....4

Rozdział 1

Reklama.

2.1 Definicja reklamy6

2.2 Cele i funkcje reklamy 8

2.3 Rodzaje reklamy..... 11

2.4 Strategie wykorzystywane w reklamie. 14

Rozdział 2

Nastrój i emocje.

3.1 Definicja i cechy emocji. 22

3.2 Emocje pozytywne i negatywne. 27

3.3 Telewizyjna reklama emocjonalna a jej skuteczność..... 31

Rozdział 3

Badanie.

4.1 Metodologia badania..... 36

4.2. Budowa kwestionariusza i badana populacja 37

4.3 Wyniki badania..... 38

Wnioski.41

Bibliografia. 42

Aneks.

