

Rola reklamy w kształtowaniu marki

Wstęp.....2

Rozdział I

Istota, funkcje i rodzaje reklamy

- 1.1 Istota reklamy..... 4
- 1.2 Funkcje reklamy..... 5
- 1.3 Rodzaje reklamy8
 - 1.3.1 Radiowa8
 - 1.3.2 Telewizyjna, teaserowa..... 10
 - 1.3.3 Internetowa..... 13
 - 1.3.4 Prasowa.....16
 - 1.3.4 Ruchoma i nieruchoma16

Rozdział II

Psychologiczne efekty reklamy

- 2.1 Kategorie reklam19
- 2.2 Psychologiczne działanie reklamy na odbiorcę20
- 2.3 Społeczne funkcja reklamy21
- 2.4 Hierarchia efektów działania reklamy22
- 2.5 Czynniki wpływające na decyzje konsumenta..... 23
- 2.6 Emocje w reklamie27
- 2.7 Stosunek Polaków do reklamy29

Rozdział III

Rola reklamy w kształtowaniu marki Coca-Cola

- 3.1 Historia i misja Coca-Coli32
- 3.2 Tożsamość Coca-Coli36

3.3 Reklama marki.....	38
3.4 Przykłady reklam Coca-Coli.....	42

Zakończenie	45
--------------------------	-----------

Lista załączników	46
--------------------------	-----------

Bibliografia.....	47
--------------------------	-----------