

Skuteczność i efektywność reklamy

Wstęp.....4

Rozdział I

Istota i znaczenie reklamy w gospodarce rynkowej.

1. Pojęcie reklamy.....5
2. Reklama w systemie marketingu.....7
3. Cele i zadania reklamy.....11
4. Środki i narzędzia reklamy.....16

Rozdział II

Badania marketingowych.

1. Reklama w badaniach marketingowych.....23
2. Badania wykorzystujące kwestionariusz.....25
3. Metodologia badania kwestionariuszowego.....31
4. Wady pytań kwestionariuszowych.....34

Rozdział III

Skuteczność i efektywność reklamy

1. Strategia reklamowa.....36
2. Wybrane metody badania skuteczności i efektywności reklamy.....40
 - 2.1. Sposoby badania stopnia dotarcia środków reklamy do adresatów.....45
 - 2.2. Procedury badania stopnia dotarcia środków reklamy do świadomości adresatów.....48
3. Skuteczność i efektywność reklamy.....51
 - 3.1. Warunki skuteczności i efektywności reklamy.....52

Zakończenie.....56

Bibliografia.....60

Spis tablic.....63

Spis rysunków.....63

Spis wykresów.....63