

Skuteczność kanałów reklamowych na przykładzie marki IKEA

Wstęp

Rozdział 1.

Rola i znaczenie komunikacji marketingowej

1.1. Rola i znaczenie promocji osobistej

1.2. Rola i znaczenie public relations

1.3. Rola i znaczenie marketingu bezpośredniego

1.4. Rola i znaczenie promocji uzupełniającej

1.5. Rola i znaczenie merchandisingu

1.6. Rola i znaczenie komunikacji nieformalnej

Rozdział 2

Znaczenie reklamy

2.1 Definicja reklamy

2.2. Funkcje reklamy

2.3. Nosniki reklamy

2.3.1. Telewizja

2.3.2. Prasa

2.3.3. Radio

2.3.4. Internet

2.3.5. Reklama zewnętrzna

Rozdział 3.

Opis marki IKEA

3.1. Geneza sklepów IKEA

3.2. Misja i wartości IKEA

3.3. Organizacja i promocja IKEA

Rozdział 4.

Poznanie skuteczności reklam w nosnikach reklamowych na

przykładzie marki IKEA.

4.1. Zalety i wady prasy codziennej dla celów reklamy detalicznej

4.2. Reklama detaliczna IKEI w prasie: prezentacja badania

4.2.1. Materiał badawczy, zastosowana metoda badawcza

4.2.2. Wyniki analizy

Zakończenie

Bibliografia

Spis tabel i rysunków