

Społeczne formy oddziaływania w przekazach reklamowych.

Wstęp.....4

Rozdział 1

Pojęcie reklamy

1.1. Czym jest skuteczna reklama?.....5

1.2. Socjotechnika w reklamie, a etyka.....8

1.3. Czynniki wpływające na zachowanie nabywcy.....11

Rozdział 2

Formy oddziaływań w przekazach reklamowych

2.1. Oddziaływania społeczno – kulturowe.....14

2.2. Oddziaływania psychologiczne.....19

2.3. Oddziaływania sytuacyjne.....31

Rozdział 3

Metodologia badań własnych.

3.1. Przedmiot i cel badań.....33

3.2. Problemy i hipotezy badawcze.....33

3.3. Zmienne oraz wskaźniki.....38

3.4. Metody, techniki i narzędzia badawcze. Dobór próby do badań.....44

Analiza danych empirycznych.....48

Zakończenie.....80