

# **Wizerunek idealnej pani domu w reklamie. Skuteczność, efektywność i oddziaływanie**

**Wstęp .....6**

## **Rozdział I**

1.1. Definicja i historia..... 8

1.2. Rodzaje reklamy..... 11

1.3. Istota reklamy .....12

1.4. Funkcje reklamy..... 13

1.5. Cele reklamy .....14

## **Rozdział II**

**2.1. Nadawca, odbiorca i przedmiot reklamy**

2.2. Czy w reklamie można kłamać?..... 17

2.3. Herbert Krugman i jego teoria reklamy..... 19

2.4. Czynniki wpływające na decyzje nabywcze konsumentów.....  
20

2.5. Jak reklama działa na świadomość i podświadomość  
człowieka..... 23

2.6. Osoby sławne w reklamach..... 24

2.7. Manipulacja i perswazja w reklamie..... 26

## **Rozdział III**

**3.1. Cel, zakres, przedmiot i metoda badań**

3.2. Analiza wyników badań..... 30

3.3. Wnioski z badań..... 47

**Zakończenie .....49**

**Bibliografia..... 52**

<b>Spis wykresów.....</b>	<b>54</b>
<b>Załączniki.....</b>	<b>55</b>
<b>Streszczenie pracy.....</b>	<b>58</b>