

Wizerunek mężczyzny w reklamie w opinii samych mężczyzn jako odbiorców

Wstęp

Rozdział 1

Wprowadzenie w problematykę reklamy – wybrane zagadnienia

- 1.1. Pojęcie i istota marketingu i promocji
- 1.2. Reklama – definicja, geneza, funkcje
- 1.3. Rodzaje reklamy
- 1.4. Budowa komunikatu reklamowego

Rozdział 2

Obraz mężczyzny w reklamie

- 2.1. Pojęcie stereotypu
- 2.2. Stereotypy płci
- 2.3. Podstawowe stereotypy mężczyzn w reklamie
- 2.4. Sposób prezentowania mężczyzny w reklamie telewizyjnej

Rozdział 3

Wizerunek mężczyzny w opinii samych mężczyzn jako odbiorców reklam – badania własne

- 3.1. Metodyka badań własnych
- 3.2. Omówienie wyników badań własnych

Podsumowanie i wnioski

Spis literatury

Spis form graficznych

Załączniki