

# Wpływ reklamy na proces decyzyjny konsumenta na podstawie firmy XYZ.

**Wstęp..... 3**

## **Rozdział I**

Podstawowe pojęcia i cel pracy

1.1 Reklama – jej cele, funkcje i rodzaje

1.1.1. Reklama.....4

1.1.2 Cele reklamy..... 4

1.1.3. Funkcje reklamy..... 5

1.2. Rodzaje reklamy..... 6

1.2.1. Reklama telewizyjna ..... 6

1.2.2. Reklama radiowa.....6

1.2.3. Reklama internetowa.....8

1.2.4. Reklama prasowa.....9

1.2.5. Plakat.....10

1.2.6. Billboard.....11

1.2.7. Targi.....12

1.3. Cztery kategorie reklam.....13

1.4. Reklama w świetle komunikacji.....14

1.5. Cel.....17

1.5.1. Teza pracy.....17

## **Rozdział II**

**Psychologiczne efekty reklamy.**

2.1. Psychologiczne oddziaływanie reklamy na odbiorce.....18

2.2. Społeczne funkcje reklamy.....21

2.3. Hierarchia efektów działania reklamy.....22

2.4. Czynniki wpływające na decyzje konsumentów.....23

2.5. Emocje w reklamie.....	5
2.6. Wykorzystywanie znanych i atrakcyjnych ludzi w reklamie.....	26
2.7. Ekspert czy Kowalski?.....	28
2.8. Reklama teaserowa .....	29
2.9. Stosunek Polaków do reklamy.....	31

### **Rozdział III**

#### **Metody docierania do klientów firmy XYZ**

3.1. Charakterystyka firmy.....	34
3.2. Dystrybucja.....	35
3.3. Reklama prasowa.....	36
3.4. Reklama internetowa.....	36
3.5. Najbardziej istotni konkurenci na rynku.....	37
3.6. Weryfikacja przedstawionej w pracy tezy.....	38
3.6.1. Dobór metod badawczych i narzędzie badawcze.....	38
3.6.2. Pomiar zmiennych.....	39
3.6.3. Analiza danych.....	39
3.6.4. Prezentacja wyników.....	40

**Zakończenie..... 41**

**Bibliografia..... 42**

**Załączniki..... 43**