

# **Wpływ reklamy na sukces korporacji**

## **Wstęp.**

### **Rozdział 1.**

Reklama komercyjna – definicja, geneza i nosniki reklamy.

1.1. Geneza reklamy.

1.2. Przegląd najpopularniejszych nosników reklamy.

### **Rozdział 2**

#### **Socjologiczne rozumienie reklamy.**

2.1. Rodzaje i formy reklamy.

2.2. Reklama jako współczesny element komunikacji marketingowej.

2.3. Wpływ treści reklamowych na socjalizację w dobie popkultury.

### **Rozdział 3.**

#### **Skuteczna reklama warunkiem sukcesu .**

3.1. Inwestycja w reklamę kluczem do zwiększenia sprzedaży.

3.2. Etapy tworzenia skutecznej reklamy.

### **Rozdział 4.**

#### **Metodologia badań własnych.**

4.1. Pytania i problemy badawcze.

4.2. Metody, techniki i narzędzia badawcze.

### **Rozdział 5.**

#### **Analiza zebranego materiału empirycznego .**

5.1. Wpływ reklam na wizerunek marki.

5.2. Postawy konsumenta wobec reklamy i reklamowanego produktu – na podstawie kwestionariusza ankiety.

**Wnioski końcowe.**

Bibliografia.