

Wpływ reklamy społecznej/kampanii społecznych na zachowania społeczne.

Wstęp

Rozdział I

Reklama społeczna a reklama komercyjna

- 1.1 Reklama – podstawowe definicje
- 1.2 Reklama komercyjna
- 1.3 Reklama społeczna/kampania społeczna
- 1.4 Przykłady kampanii społecznych w Polsce
- 1.5 Tematyka kampanii społecznych
- 1.6 Marketing społeczny

Rozdział II

Wpływ reklamy na kształtowanie postaw

- 2.1 Postawa – podstawowe definicje
- 2.2 Techniki perswazji stosowane w kampaniach społecznych
- 2.3 Wpływ kampanii społecznej na kształtowanie postaw

Rozdział III

Metodologia badań własnych

- 3.1 Cel, przedmiot i charakter badań
- 3.2 Hipotezy i problemy badawcze
- 3.3 Metody, techniki i narzędzia badawcze
- 3.4 Charakterystyka badanej grupy

Rozdział IV

Analiza wyników badań własnych

Zakończenie

Bibliografia