

Wpływ reklamy telewizyjnej na rozwój i zachowanie dzieci w wieku przedszkolnym.

Wstęp

Rozdział I.

Reklama jako perswazja i sztuka

1.1 Pojęcie reklamy

1.1. A. Funkcje reklamy

1.1.B. Podział reklam

1.2 Reklama telewizyjna

1.2.A. Budowa reklamy telewizyjnej

1.3 Język reklamy

1.4 Bohater reklamy

1.5 Techniki perswazyjne stosowane w reklamach

1.6 Rodzaje wpływu reklam na ludzi

1.7 Regulacja prawna reklamy dla dzieci

Rozdział II.

Wpływ reklamy telewizyjnej na dzieci w wieku przedszkolnym

2.1. Popularność reklamy telewizyjnej wśród dzieci

2.2. Negatywne skutki oglądania reklam telewizyjnych przez dzieci

2.3. Ochrona dziecka w wieku przedszkolnym przed reklamą telewizyjną

Rozdział III.

Analiza wybranych reklam telewizyjnych dla dzieci

Zakończenie

Bibliografia