

Wybrane aspekty oddziaływania reklamy telewizyjnej na dzieci

Wstęp..... 4

Rozdział I

Aspekty teoretyczne reklamy

1. Geneza reklamy6
2. Funkcje i cele reklamy..... 8
3. Charakterystyka i zasady jakimi powinna się kierować reklama..... 11
4. Rodzaje reklamy..... 15

Rozdział II

Wpływ reklamy telewizyjnej na dzieci

1. Skala oglądalności przez dzieci reklam telewizyjnych..... 22
2. Konsekwencje jakie niosą ze sobą reklamy telewizyjne..... 27
3. Ustrzeżenie dziecka przed reklamą telewizyjną33

Rozdział III

Dziecko jako odbiorca reklam telewizyjnych

1. Stopień zaciekawienia reklamami telewizyjnymi dzieci37
2. Oddziaływanie reklam na chęć posiadania przez dzieci reklamowanych produktów40
3. Postępowanie dzieci, rezultatem oglądania reklam

telewizyjnych..... 43

Podsumowanie..... 48

Bibliografia..... 51

Spis tabel53

Spis rycin..... 54

Aneks..... 55