

# **Zależność zachowania człowieka od wizerunku erotycznego kobiety w mediach**

## **Wstęp**

### **Rozdział I**

#### **Erotyka w reklamie**

- 1.1. Reklama – podstawowe pojęcia i funkcje
- 1.2. Erotyka jako sposób oddziaływania na psychikę człowieka
- 1.3. Erotyzm w reklamie

### **Rozdział II**

#### **Erotyczny wizerunek kobiety w reklamie**

- 2.1. Stereotyp kobiety w reklamie – pojęcie i źródła stereotypów
- 2.2. Rodzaje wizerunków kobiet w reklamie oraz ich rola
- 2.3. Grupy ludzi, do których kierowane są erotyczne reklamy

### **Rozdział III**

#### **Metodologia badań własnych**

- 3.1. Problem badawczy
- 3.2. Hipotezy
- 3.3. Techniki badawcze
- 3.4. Osoby badane

### **Rozdział IV**

#### **Zachowania kobiet i mężczyzn uwarunkowane wizerunkiem erotycznym kobiety – analiza wyników badań własnych**

- 4.1. Zachowania kobiet uwarunkowane jej erotycznym wizerunkiem
- 4.2. Zachowania mężczyzn uwarunkowane erotycznym wizerunkiem kobiety

**Zakończenie**

**Bibliografia**

**Załączniki**