

Zasady prowadzenia reklamy dla dzieci.

Wstęp

Rozdział 1.

Reklama

1.1 Pojęcie reklamy

1.2 Cele i rodzaje reklamy

1.3 Perswazja i manipulacja w reklamie

Rozdział 2.

Unormowania prawne

2.1 Ustawowa definicja reklamy

2.2 Ustawowe pojecie reklamy

2.3 Zasady dotyczace dzialalnosci reklamowej

Rozdział 3.

Dzieci odbiorcy reklam

3.1 Upodobania dzieci dotyczace reklam

3.2 Wplyw reklamy na dzieci

3.3 Zasady prowadzenia reklamy dla dzieci

Zakończenie

Wykaz cytowanej literatury

Akty prawne i urzedowe, kodeksy