

Podatność uczniów szkoły podstawowej na reklamy telewizyjne jako narzędzie wpływu społecznego

Liczba stron: 81

Rodzaj pracy: licencjacka

Rok oddania: 2012

Zawartość pracy:

Spis treści

Wstęp..... 3

Rozdział I

Wybrane zagadnienia tematyczne w świetle literatury przedmiotu.

1.1. Geneza, cele i funkcje reklamy.....6

1.2. Reklama telewizyjna jako jedno z mediów reklamowych..... 11

1.3. Wpływ społeczny i jego główne techniki..... 12

1.4. Manipulacja i perswazja w reklamie..... 15

1.5. Wpływ reklamy na zachowanie się dzieci i młodzieży..... 29

Rozdział II

Metodologiczne podstawy badań własnych.

2.1. Przedmiot i cel badań..... 34

2.2. Problemy i hipotezy badawcze..... 36

2.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze..... 40

2.4. Przebieg i organizacja badań..... 45

Rozdział III

Podatność uczniów na reklamy telewizyjne w świetle badań własnych.

3.1. Charakterystyka terenu badań i badanej populacji..... 47

3.2. Analiza i interpretacja wyników badań..... 54

Weryfikacja hipotez. Wnioski z badań.

Zakończenie..... 76

Bibliografia..... 78

Spis tabel i wykresów..... 80

Aneksy..... 81

Jeśli chcą Państwo zamówić napisanie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!