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

Wstęp

Współczesny świat jest nasycony reklamami. One są wszędzie: na ulicach, w Internecie, w gazetach, a szczególnie w telewizji. Reklamy mają na celu wpłynąć na nasze decyzje konsumenckie, jednak ich wpływ jest znacznie szerszy – wpływają one na nasze postawy, przekonania, a nawet na nasze zachowanie. Dzieci i młodzież są szczególnie podatne na te wpływy, ze względu na swoją naturalną ciekawość, brak doświadczenia i niepełne zrozumienie świata.

W pierwszym rozdziale pracy omawiamy wybrane zagadnienia tematyczne w świetle literatury przedmiotu. Zaczynamy od poznania genezy, celów i funkcji reklamy, a następnie skupiamy się na reklamie telewizyjnej jako jednym z mediów reklamowych. Omawiamy wpływ społeczny i jego główne techniki, a także manipulację i perswazję w reklamie. W końcowej części tego rozdziału omawiamy wpływ reklamy na zachowanie się dzieci i młodzieży.

Drugi rozdział pracy skupia się na metodologicznych podstawach badań własnych. Określamy przedmiot i cel badań, formułujemy problemy i hipotezy badawcze, omawiamy metody, techniki i narzędzia badawcze, a także opisujemy przebieg i organizację badań.

Trzeci rozdział to prezentacja wyników badań własnych. Przedstawiamy charakterystykę terenu badań i badanej populacji, a następnie analizujemy i interpretujemy wyniki badań.

W zakończeniu pracy weryfikujemy postawione wcześniej hipotezy i formułujemy wnioski z badań. Naszym celem jest zrozumienie, jak duży wpływ mają reklamy telewizyjne na uczniów szkoły podstawowej i jak te informacje mogą pomóc w kształtowaniu bardziej świadomych i krytycznych postaw wobec mediów.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!