

Skuteczność i efektywność reklamy

SPIS TREŚCI

WSTĘP 4

Rozdział I

ISTOTA I ZNACZENIE REKLAMY W GOSPODARCE RYNKOWEJ 5

1. Pojęcie reklamy 5
2. Reklama w systemie marketingu 7
3. Cele i zadania reklamy 11
4. Środki i narzędzia reklamy 16

Rozdział II

BADANIA MARKETINGOWYCH 23

1. Reklama w badaniach marketingowych 23
2. Badania wykorzystujące kwestionariusz 25
3. Metodologia badania kwestionariuszowego 31
4. Wady pytań kwestionariuszowych 34

Rozdział III

SKUTECZNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ REKLAMY 36

1. Strategia reklamowa 36
2. Wybrane metody badania skuteczności i efektywności reklamy 40
 - 2.1. Sposoby badania stopnia dotarcia środków reklamy do adresatów 45
 - 2.2. Procedury badania stopnia dotarcia środków reklamy do świadomości adresatów 48
3. Skuteczność i efektywność reklamy 51
 - 3.1. Warunki skuteczności i efektywności reklamy 52

Zakończenie 56

Bibliografia 60

Spis tablic 63

Spis rysunków 63

Spis wykresów 63

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