

# Zasady prowadzenia reklamy dla dzieci

## Spis treści

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 pojęcie reklamy

2.3 Zasady dotyczące działalności reklamowej

Rozdział 3.

Dzieci odbiorcy reklam

3.1 Upodobania dzieci dotyczące reklam

3.2 Wpływ reklamy na dzieci

3.3 Zasady prowadzenia reklamy dla dzieci

Zakończenie

Wykaz cytowanej literatury

Akty prawne i urzędowe, kodeksy

<b>Liczba stron</b>	48
<b>Nazwa Szkoły Wyższej</b>	UNIWERSYTET ŚLĄSKI KATOWICE
<b>Rodzaj pracy</b>	licencjacka
<b>Rok oddania</b>	2011

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