



Organizatorzy



Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy, 15 października 2018

Słowa klucze do wykładu

Reklama a wywieranie wpływu
W jaki sposób przekonywać niezdecydowanych?

dr Mirosława Malinowska

Proces komunikacji – elementy: nadawca, przekaz (komunikat), odbiorca

Reklama jako proces komunikacji: nadawca, przekaz, media, odbiorca

Reklama – płatny sposób informowania o przedsiębiorstwie, produkcie, marce w mediach przez określonego nadawcę

Audytorium reklamy – odbiorcy, adresaci reklamy, osoby do których ma dotrzeć reklama

Komunikat reklamowy – przekaz/wiadomość w formie wizualnej, akustycznej, audiowizualnej zawierający treści o charakterze promocyjnym

Media – środki przekazu, kanały komunikacji, umożliwiające dostarczenie komunikatu do odbiorcy (internet, telewizja, radio prasa, itp.)

Skuteczna reklama – reklama, która realizuje założone cele; wzbudzenie uwagi, zainteresowanie, chęć posiadania, akcja (np. zakup)