



Słowa klucze do wykładu „**Reklama a wywieranie wpływu**”

dr Aleksandra Kuźmińska-Haberla

Wrocław, 04 listopada 2013 r.

---

**Marketing** - to dostarczenie właściwego produktu, po właściwej cenie, we właściwym miejscu i czasie i przy użyciu właściwych środków promocji

**Marketing-mix** - zbiór narzędzi marketingowych, które przedsiębiorstwo stosuje chcąc osiągnąć zamierzone cele na wybranym rynku działania

**Promocja** - oddziaływanie na nabywcę w celu skłonienia go do postępowania zgodnego z intencjami nadawcy

**Reklama** - wszelka płatna forma nieosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei przez określonego nadawcę

**6M reklamy** - etapy tworzenia reklamy według zasady: **M**ission (misja), **M**arket (odbiorcy), **M**oney (budżet), **M**essage (przekaz), **M**edia (kanały przekazu), **M**eamurment (miara skuteczności)

**AIDA** - termin używany w marketingu na określenie zestawu kolejnych reakcji klienta wobec produktu: **A**ttention (uwaga), **I**nterest (zainteresowanie), **D**esire (pożądanie), **A**ction (działanie)