Кр-Анализ влияния мультипликационной рекламы на детей

Стр-38

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ](#_Toc450632135)

[ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОЙ РЕКЛАМЫ НА СОЗНАНИЕ ДЕТЕЙ](#_Toc450632136)

[1.1. Теоретический анализ особенностей пиара и рекламы](#_Toc450632137)

[1.2. Реклама и ее влияние на формирование ценностных ориентаций](#_Toc450632138)

[1.3 Влияние мультипликационной рекламы на сознание детей](#_Toc450632139)

[ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОЙ РЕКЛАМЫ НА ДЕТЕЙ](#_Toc450632140)

[2.1 Организация и проведение исследования](#_Toc450632141)

[2.2 Анализ результатов исследования](#_Toc450632142)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ](#_Toc450632143)

[СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ](#_Toc450632144)

[ПРИЛОЖЕНИЕ](#_Toc450632145)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведя данное исследование, нами были сделаны следующие выводы

1. Реклама — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

2. Дети, которые остаются перед телевизор одни, больше подвержены влиянию мультипликационной рекламы, чем те, которые это делают вместе с родителями. Это выяснили британские психологи. В исследовании, в частности, говорится, что среди сорока одного процента детей, которые регулярно смотрят телевизор, была большая доля тех, кто просил родителей купить рекламируемые брэнды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие для вузов/ Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: ФАИР - пресс, 2011.

2. Блонский П.П. «Психология», 2010г.

3. Волков И.М. Основы экономики и организации рекламной деятельности: Учеб. метод. пособие/ Науч. - метод. кабинет по заочному и вечер. обуч. МГУ им. М. В. Ломоносова. -М.: Изд-во МГ, 2011.

4. Ворачек X. О состоянии «теории маркетинга услуг» // Проблемы теории и практики управления. - 2012. - № 1.

5. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2011.