

Autor: RĂILEAN, Valentin; RĂILEAN, Nicolae

Titlu: *De la reclamă la publicitate*

Loc: Chișinău

Editură: Impresum

An: 2011

Nr. pagini: 124

Din cuprins: 1. Din istoria apariției și dezvoltării publicității

- 1.1 Era artizanală
- 1.2 Era presei
- 1.3 Era comunicării în masă
- 1.4 Era cercetării sau era profesionalismului

2. Reclamă sau publicitate?

- 1.1 Evoluția termenilor publicitate și reclamă
- 1.2 Infrastructurile publicitare folosite
- 1.3 Confruntarea termenilor în baza teoriilor comunicării
- 1.4 Din practica folosirii termenilor reclamă și publicitate în diferite țări

3. Definiția și conținutul publicității

- 1.1 Conținutul publicității
- 1.2 Definiții ale publicității
- 1.3 Criterii restrictive ale definiției publicității

4. O tipologie evolutivă a modelelor publicitare

- 1.1 Generalități
- 1.2 Modelul consumatorului condiționat
- 1.3 Modelul ierarhiei efectelor
- 1.4 Modelul consumatorului rațional
- 1.5 Modelul consumatorului motivat
- 1.6 Modelul conformității sociale

5. Strategia publicitară

- 1.1 Necesitatea elaborării strategiei publicitare
- 1.2 Etapele elaborării strategiei publicitare