

**Oto miejsce na Twoją reklamę**



**Oto miejsce na Twoją reklamę**

**Reklama i marketing w problematyce  
kulturowej oraz społecznej**

**Redakcja naukowa:  
Dagmara Antowska  
Kamil Motyka**



**Poznań 2021**

RECENZJA NAUKOWA  
dr Tomasz Błaszczyk  
dr Joanna Roś  
dr Ewelina Szurgot-Prus

REDAKCJA NAUKOWA  
Dagmara Antowska  
Kamil Motyka

KOREKTA TECHNICZNA  
Lidia Knapiek

KOREKTA JĘZYKOWA  
Sebastian Surendra

PROJEKT OKŁADKI  
Kamil M. Wieczorek

WSPÓŁPRACA Z AUTORAMI  
Joanna Turchan

Copyright by:  
Autorzy

Copyright by:  
Wydawnictwo Rys

**Publikacja powstała we współpracy z:  
Fundacja „dzień dobry! kolektyw kultury”**  
ul. Wolnego 6/8  
41-608 Świętochłowice  
fundacjaddkk.centrala@gmail.com

Wydanie I  
Poznań 2021

**ISBN 978-83-66666-59-7**

Wydanie:



Wydawnictwo Rys  
ul. Kolejowa 41  
62-070 Dąbrówka  
tel. 600 44 55 80

e-mail: [tomasz.paluszynski@wydawnictworys.com](mailto:tomasz.paluszynski@wydawnictworys.com)  
[www.wydawnictworys.com](http://www.wydawnictworys.com)

## Spis treści

Wstęp .....	7
<b>Reklama i przestrzeń .....</b>	<b>9</b>
<i>Joanna Suchowiak-Horzemski</i> Identyfikacja wizualna w przestrzeni wewnątrz miejskich .....	11
<i>Jerzy Gruszczyński</i> Problematyka komunikatów wizualnych w reklamie .....	35
<b>Reklama i działalność gospodarcza .....</b>	<b>55</b>
<i>Robert Łojko</i> Postrzeganie wizerunku przedsiębiorstw w aspekcie reklamy i marketingu.....	57
<i>Wiktoria Karczmarz, Kamil Kutnik</i> Współczesna konkurencja a różne sposoby działania przedsiębiorców na rynku .....	71
<i>Patrycja Rusin</i> Kampania polityczna w dobie kapitalizmu nadzoru.....	81
<b>Reklama w kontekście prawa .....</b>	<b>91</b>
<i>Sebastian Traczyk</i> Reklama a dobra osobiste – analiza prawna .....	93
<i>Małgorzata Chęć, Monika Stoma</i> Nieuczciwa reklama w prawie polskim i w odczuciach konsumentów.....	105
<i>Ewelina Duda-Staworko</i> Handlowe przekazy audiowizualne w świetle nowelizacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych .....	123
<b>Marketing a nowe media .....</b>	<b>137</b>
<i>Katarzyna Nasiadka</i> Wykorzystanie mediów społecznościowych przez samorządy na przykładzie gmin powiatu tarnowskiego .....	139

<i>Klaudia Nowak, Monika Stoma</i> Rozwój zakupów online i trendów branży e-commerce z uwzględnieniem wpływu pandemii COVID-19.....	151
<i>Julia Klamerek, Dominika Semeniuk</i> Rola mediów społecznościowych w działaniach marketingowych współczesnych organizacji.....	167
<b>Reklama a konsumenci.....</b>	<b>181</b>
<i>Agnieszka Padzik-Wołos</i> Reakcje odbiorców na przekaz reklamowy – aspekt odpowiedzialności społecznej.....	183
<i>Weronika Głowienka, Martyna Jarosz, Monika Stoma</i> Wpływ reklamy na konsumenta.....	203
<i>Kinga Siemieniuk</i> Reklamy szyte na miarę.....	219
<b>Reklama a konkretnie jej zastosowania i przykłady .....</b>	<b>229</b>
<i>Bartłomiej Gajdak</i> Kilka uwag o marketingu politycznym w perspektywie kulturowej .....	231
<i>Izabela Kierepka</i> Czy IKEA „umie w reklamy”? Analiza psychologiczna i retoryczna reklamy: <i>IKEA. Witaj w lepszym domu</i> .....	245
<i>Paweł Pliszka</i> Kontekst społeczny versus opowieści ze spalinami w tle. <i>Quo vadis, AIDA?</i> .....	255
<i>Barbara Sitko</i> Rola marketingu w obszarze działalności prozwierzczej trzeciego sektora. Przykład Stowarzyszenia Otwarte Klatki.....	275
<i>Anna Głowacz</i> Analiza świątecznej reklamy firmy Apart.....	289