

Rezümé

„A reklám az, ha bebeszéljük előre az embereknek, hogy valaminek örülni fognak.” - Rejtő Jenő

Kutatásunkban szeretnénk feltárni a reklámszakma múltját és jelenét, a fogyasztóra gyakorolt hatás szemszögéből. Szeretnénk történeti összehasonlító elemzést és értékelést készíteni, megvizsgálni milyen volt a figyelemfelkeltés szerepe régen és ma. Kutatásunk alapkérdése, hogy hogyan formálta át értékrendünket a reklámpar, miben változtatta meg gondolkodásmódunkat. Választ szeretnénk kapni olyan kérdésekre, mint hogy a reklám vajon csupán a boldogság illúzióját keltő manipuláció, vagy a minőségi verseny korrekt eszköze-e. Kutatásunk célja továbbá, hogy felmérjük mik a reklámtevékenység buktatói, milyen jogi szabályozás érvényes-e a tevékenységre, hogyan szabályozzák a gazdasági reklámtevékenységet, és hogy e szabályozásnak mennyire tesznek, avagy nem tesznek eleget a reklámkészítők. Célunk, hogy kutatásunkkal felmérjük a reklámszakma helyzetét, előnyeit, hátrányait, és a ránk gyakorolt hatását.

A kutatás módszertana leíró és elemző összehasonlító módszerek, primer és szekunder kutatás eredményeinek összegzése. Kérdőíves megkeresés alkalmazásával online és nyomtatott formában a célcsoportokhoz igazodóan, felmérni a célcsoport véleményeit, észrevételeit, a reklámok által rájuk gyakorolt hatást. Kvantitatív kutatási módszer alkalmazása, valószínűségi mintavétel. A válaszadók gondolkodásmódjára, attitűdjeire, a feltárással és a megértésre kívánjuk a hangsúlyt fektetni. A válaszadók adatainak csoportba sorolásával a gondolkodásmód és a viselkedés vizsgálata.

Tóth Csilla
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment szak
BGF – GKZ

Szigetvári Szandra
III. évfolyam
Gazdálkodási és menedzsment szak
BGF – GKZ

Konzulens: Dr. Szekeres Diána
főiskolai tanársegéd

Művészet és/vagy manipuláció?! – A reklámszakma múltja és jelene,
avagy hogyan „ne” nyúljunk más zsebébe

Art and/or manipulation?! – The past and the present of advertising,
or how don't touch into others pockets