

Rola barwy w przekazie reklamowym

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca magisterska obroniona na Uniwersytecie Warszawskim. Ma 61 stron.

Wstęp

Rozdział 1. Wprowadzenie w zagadnienia kolorów.

1.1. Znaczenie barw w przeszłości. Historia koloru.

1.2. Współczesna symbolika barw.

1.3. Fizjologiczne podstawy widzenia barw. Budowa i funkcjonowanie oka a widzenie barwne.

1.4. Związek barwy z psychiką – oddziaływanie koloru na psychikę.

1.5. Wpływ barw na organizm. Leczenie kolorem.

Rozdział 2. Barwa w przekazie reklamowym.

2.1. Odbiór barw przez człowieka.

2.2. Barwa jako element kompozycji przekazu reklamowego.

2.2.1. Przygotowanie reklamy.

2.2.2. Adresat reklamy.

2.2.3. Barwa reklamy a jej odbiór.

2.3. Kampanie reklamowe.

Rozdział 3. Rola barwy w polityce.

Rozdział 4. Informowanie kolorem.

4.1. Informacyjna rola koloru.

4.2. Informowanie ubiorem.

4.3. Kolory w religiach.

Zakończenie

Bibliografia

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis