

Kwestionariusz ankiety. Ankieta dla młodzieży dotycząca reklam

Wybór i opracowanie Marta Boszczyk

Przykłady ankiet (materiał ze stron www)

1. Analiza ankiety „reklama telewizyjna w opinii młodzieży szkół średnich” (zawiera kwestionariusz ankiety)
<http://edujrinne7.w.interia.pl/Analiza%20ankiety%20Reklama%20telewizyjna%20w%20opinii%20mlodziezy%20.htm>
2. Ankieta dotycząca reklamy, postrzegania jej i wpływu na konsumentów
<http://www.ankietka.pl/ankieta/17671/ankieta-dotyczaca-reklamy-postrzegania-jej-i-wplywu-na-konsumentow.html>
3. Ankieta dotycząca wpływu i skuteczności reklamy
<http://www.ankietka.pl/ankieta/8216/>
4. Ankiety
<http://moje-ankiety.pl/ankiety-do-wypelniania/tag-reklama.html?q=reklama>
5. Młodzież- reklama-styl życia. Ankieta do pracy magisterskiej
<http://www.ankietka.pl/ankieta/21649/mlodziej-reklama-styl-zycia-ankieta-do-pracy-magisterskiej.html>
6. Reklama telewizyjna-ankieta dla młodzieży
<http://www.ankietka.pl/ankieta/44127/reklama-telewizyjna-ankieta-dla-mlodziezy.html>
7. Skuteczność reklamy kierowanej do młodzieży
<http://moje-ankiety.pl/respond-1265/ankieta-skuteczosc-reklamy-kierowanej-do-mlodziezy.html>
8. Wpływ reklamy na decyzje zakupowe dzieci i młodzieży
<http://www.ankietydlaciebie.pl/ankiety/pokaz/6e302fb4-02d5-0a64-9b89-4dd6b51344a0>

Artykuły z czasopism

9. Banaszczyk, Małgorzata : Percepcja produktu w kontekście przekazu reklamowego - analiza na podstawie dwu metod badania podobieństwa / Małgorzata Banaszczyk // „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Psychologica”. - [Z.] 11 (2007), s. 175-189
Czytelnia Pedagogiczna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

10. Grochowska, Alicja : Pojęciowa struktura reklamy : analiza metodologiczna według kategorii ad hoc i kategorii naturalnych / Alicja Grochowska, Andrzej Falkowski // „Czasopismo Psychologiczne”. - 2006, nr 2, s. 219-230
Przeprowadzone badania wykazały, że reklama ma stopniowalną strukturę, która zmienia się w powiązaniu z kontekstem. W zależności od celu kampanii reklamowej można kierować uwagę konsumentów na wygląd produktu, jeżeli ma się on utrwalić w pamięci, na nazwę marki, gdy jest wprowadzana na rynek lub na informację o produkcie (jeżeli ma ona odróżnić reklamowany produkt od proponowanych przez konkurencję).
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
11. Grochowska, Alicja : Próba zastosowania poligrafu do badania reakcji na reklamę / Alicja Grochowska, Jerzy Majewski // „Studia Psychologica”. - 2006, nr 6, s. [65]-79
Metody badania reakcji na reklamę. Reakcje fizjologiczne na bodźce (reklamowe). Poligraf jako czułe narzędzie do badania zmian fizjologicznych. Specyfika badań poligraficznych.
Czytelnia Pedagogiczna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
12. Grochowska, Alicja : Sieciowa struktura emocji : podstawy teoretyczne i konstrukcja skali do badania reakcji emocjonalnych na reklamę / Alicja Grochowska, Andrzej Falkowski // „Studia Psychologiczne” . - 2009, z. 1/2, s. [45]-60
Podstawy teoretyczne i sposób konstruowania skali do badania reakcji emocjonalnych na reklamę.
Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
Czytelnia Pedagogiczna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
13. Maison, Dominika : Pilotem w spot / Dominika Maison // „Charaktery” . - 1999, nr 3, s. 22-23
Badanie stosunku Polaków do reklam.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
14. Niesiobędzka, Małgorzata : Udział dzieci w decyzjach konsumenckich dotyczących produktów przeznaczonych do ich użytku / Małgorzata Niesiobędzka // „Kwartalnik Pedagogiczny” . - R. 54 (2009), nr 1, s. [115]-124
Badania.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
15. Pietruszka, Magdalena : Reklama alkoholu w opinii gimnazjalistów. Cz. 1 / Magdalena Pietruszka, Michał Bujalski // „Remedium”. - 2010, nr 9, s. 10-11
Opinie gimnazjalistów na temat reklamy alkoholu - analiza wyników badań.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
16. Pietruszka, Magdalena : Reklamy alkoholu w opinii gimnazjalistów. Cz. 2 / Magdalena Pietruszka, Michał Bujalski // „Remedium”. – 2010, nr 10, s. 10-11
Wpływ reklam napojów alkoholowych na nieletnich odbiorców - prezentacja wyników jakościowych badań przeprowadzonych przy wykorzystaniu zogniskowanych wywiadów grupowych z gimnazjalistami warszawskimi i zamojskimi.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

17. Szczęsna, Aleksandra : Młodzież wobec reklamy społecznej - wyniki badania ankietowego / Aleksandra Szczęsna, Mirosław Szreder // „Pieniądze i Więż”. - 2002, nr 1, s. 127-134
Biblioteka Uniwersytecka KUL ; Biblioteka Główna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie ; Biblioteka Jagiellońska i Biblioteka Medyczna Uniwersytetu Jagiellońskiego - Collegium Medicum

Młodzież a reklama

18. Bartczak, Sabina : Jak reklama namawia młodzież do palenia papierosów / Sabina Bartczak // „Wychowanie na Co Dzień”. - 2002, nr 10/11, s. 23-25
Reklama papierosów postrzegana jako narzędzie zjednywania sobie potencjalnych nabywców.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

19. Bujalski, Michał : Reklama alkoholu oraz sponsorowanie sportu przez producentów alkoholu / Michał Bujalski, Luiza Słodownik // „Remedium”. - 2012, nr 6, s. 4-5
Wpływ marketingu i reklamy napojów alkoholowych na młodzież.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

20. Chaciński, Bartłomiej : Odlot w stronę masakry : jak reklama zaleca się do młodzieży / Bartłomiej Chaciński // „Tygodnik Powszechny”. - 2003, nr 50, dod., s. 12
Wpływ reklam na młodzież.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

21. Czerwińska, Renata : Świat telewizyjnej reklamy dla młodzieży / Renata Czerwińska // „Zeszyty Prasoznawcze”. - 2001, nr 3/4, s. 76-92
Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

22. Dyczewski, Błażej : Kampanie społeczne w odbiorze współczesnej młodzieży / Błażej Dyczewski // W: Co łączy, co dzieli Polaków, czyli społeczeństwo informacyjne w działaniu / red. Lesław H. Haber. - Wydawnictwo KUL, 2008. - S. 113-130. - (Seria Wydawnicza Polskiego Towarzystwa Socjologicznego)
Biblioteka Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

23. Gajos, Beata : Oddziaływanie reklamy na dzieci i młodzież : analiza etyczno-psychologiczna / Beata Gajos // „Kwartalnik Edukacyjny”. - 2002, [nr] 3/4, s. 33-43
Wpływ reklamy na rozwój psychospołeczny dziecka oraz świat jego wartości.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

24. Istotny wpływ na decyzje młodych // „Świat Problemów”. - 2005, nr 5, s. 17-18
Wpływ reklamy alkoholu na decyzje młodzieży.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

25. Jachnis, Anna : Psychologia konsumenta i reklamy / Anna Jachnis, Jan F. Terelak, Jan F. [współaut.]. - Bydgoszcz : „BRANTA” , 1998. - 406,1 s. : 21 cm
Sygn. 229044 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 231029 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
26. Jędrzejewski, Marek : Wpływ reklamy na pokolenie / Marek Jędrzejewski // W: Estetyka reklamy / red. Michał Ostrowicki. - Kraków : Agencja Wydawniczo-Poligraficzna „ART-TEKST”, 2002. - S. 261-272
Biblioteka Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
27. Kall, Jacek : Reklama / Jacek Kall. - Warszawa : Państwowe Wydawnictwa Ekonomiczne, 1995. – 207, [1] s. : rys., wykr. ; 21 cm. – (Marketing Bez Tajemnic)
Sygn. 220073 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
28. Konefal-Racińska, Ewa : Dzieci i młodzież jako "decydenci" i "eksperti" w sprawach rodzinnych zakupów, czyli jakie wzorce zachowań dzieci i młodzieży sugerują reklamy telewizyjne / Ewa Konefal-Racińska // W: Rodzina w kontekście współczesnych problemów wychowania / red. nauk. Bożena Muchacka. - Kraków : Wydawnictwo Naukowe PAT, 2008. - S. 349-358. - (Małżeństwo i Rodzina)
Biblioteka Główna Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Biblioteka Jagiellońska i Biblioteka Medyczna Uniwersytetu Jagiellońskiego - Collegium Medicum, Biblioteka Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie
29. Kossowski, Paweł : Dziecko i reklama telewizyjna / Paweł Kossowski. - Warszawa : "Żak", 1999. – S. 144-210 : Reklama telewizyjna w życiu dzieci. Dziecko o reklamach telewizyjnych i o tym, w jaki sposób je ogląda
Sygn. 228172 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
30. Kubicka, Dorota : Psychologia wpływu mediów : wybrane teorie, metody, badania / Dorota Kubicka, Anna Kołodziejczyk. - Kraków : "Impuls", 2007. - 200 s. ; 24 cm
Sygn. 243472 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 243473, 243622 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
31. Kwarciak, Bogusław : Co trzeba wiedzieć o reklamie / Bogusław Kwarciak. - Wyd.2 rozsz. - Kraków : Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu , 1999. - 291 s. : rys., tab. ; 21 cm
Sygn. 230043 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
32. Lisowska, Edyta : Młodzież jako "siła nabywcza" : psychologiczne uwarunkowania odbioru reklamy przez nastolatka / Edyta Lisowska // „Guliwer”. - 2004, nr 1, s. 95-101
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

33. Matyjas, Bożena : Reklama w życiu codziennym dzieci i młodzieży / Bożena Matyjas // W: Komunikacja wobec wyzwań współczesności / pod red. Mirosławy Wawrzak-Chodaczek, Iwony Jagoszewskiej. - Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, cop. 2011. - S. 85-95. – (Komunikacja Społeczna w Edukacji)
Biblioteka Główna Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Biblioteka Jagiellońska i Biblioteka Medyczna Uniwersytetu Jagiellońskiego - Collegium Medicum
34. Orkiszewska, Barbara : Uległość wobec reklam / Barbara Orkiszewska // „Edukacja i Dialog” . - 2006, nr 1, s. 61-64
Wpływ reklam telewizyjnych na dzieci i młodzież.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
35. Prajsner, Bogusław : Reklama alkoholu i młodzież / Bogusław Prajsner // „Remedium”. - 2001, nr 6, s. 24-27
Reklama alkoholu w Wielkiej Brytanii. Reklama alkoholu w Polsce.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
36. Ryn, Ewa : Reklama z pianką / Ewa Ryn // „Charaktery”. - 1998, nr 9, s. 9-10
Wpływ reklam piwa bezalkoholowego na wzrost spożycia alkoholu wśród młodzieży.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
37. Szczepanek, Aleksandra : Teksty reklamowe w świadomości językowej młodzieży / Aleksandra Szczepanek // W: Od liryki do retoryki : w kręgu słowa, literatury i kultury : prace ofiarowane profesorom Jadwidze i Edmundowi Kotarskim / pod red. Ireny Kadulskiej i Radosława Grześkowiaka. - Gdańsk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2004. - S. 429-439
Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
38. Szczęsna, Aleksandra : Postrzeganie reklamy społecznej przez młodzież / Aleksandra Szczęsna, Mirosław Szreder // „Marketing i Rynek”. - 2002, nr 4, s. 29-34
Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
39. Szymańska, Elżbieta : Wpływ reklamy radiowej na zachowania młodych konsumentów / Elżbieta Szymańska // „Marketing i Rynek”. - 2003, nr 12, s. 32-37
Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego
40. Taboł, Sebastian : Młodzież a zagrożenia współczesnej kultury / Sebastian Taboł // „Kultura i Edukacja”. - 2008, nr 1, s. [118]-130
Wpływ reklam, telewizji i telefonów komórkowych na zachowanie się dzieci i młodzieży.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
41. Zawada, Anna : Reklama a socjalizacja społeczna dzieci i młodzieży / Anna Zawada // W: Media i edukacja w aspekcie globalizacji / pod red. Andrzeja W.

Mitasa. - Cieszyn : Uniwersytet Śląski. Filia, 2003. - S. 217-221. - (Szkoła w dobie globalizacji)

Czytelnia Pedagogiczna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

Biblioteka Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

42. Zawisza, Magdalena : Skuteczność reklam posługujących się stereotypowymi bądź łamiącymi stereotyp płci wizerunkami kobiet i mężczyzn / Magdalena Zawisza // „Nowiny Psychologiczne” . - 2003, [nr] 3, s. [63-79]

Badania skuteczności reklam posługującymi się tradycjami i przełamujących tradycję.

Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

Czytelnia Pedagogiczna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

43. Zinczuk, Magdalena : „Zostać cool”, czyli jak reklama przemawia do młodzieży / Magdalena Zinczuk // W: Język trzeciego tysiąclecia II. T. 1 : Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie : zbiór referatów z konferencji / red. tomu Grzegorz Szpila. - Kraków : Krakowskie Towarzystwo „Tertium”, 2002. - S. 335-343. - (Język a komunikacja ; 4)

Czytelnia Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

44. Żyła, Katarzyna : Czy i kiedy pamiętamy przekaz reklamowy? / Katarzyna Żyła, Michał Wierzchoń // W: Sztuka perswazji : socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego / pod red. Rafała Garpieła, Katarzyny Leszczyńskiej. - Kraków : NOMOS, 2004. - S. 335-346

Artykuł oparto na badaniach przeprowadzonych przez autorów wśród uczniów szkół średnich.

Biblioteka Główna Uniwersytetu Jana Kochanowskiego

Ankieta (ogólnie)

45. Frankfort-Nachmias, Chava : Metody badawcze w naukach społecznych / Chava Frankfort-Nachmias, David Nachmias ; przekł. [z ang.] Elżbieta Hornowska. - Poznań : Zysk i S-ka, 2001. - 615, [1] s. : il., wyk., tab. ; 24 cm
Sygn. 237119 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 237120 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

46. Lutyńska, Krystyna : Wywiad kwestionariuszowy : przygotowanie i sprawdzanie narzędzia badawczego / Krystyna Lutyńska. - Wrocław [etc.] : Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1984. - 221, [2] s. : rys. ; 21 cm
Sygn. 171782 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 171783, 171784, 171785, 171786 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

47. Oppenheim, Abraham Naftali : Kwestionariusze, wywiady, pomiary postaw / Abraham Naftali Oppenheim ; przeł. Stefan Amsterdamski. - Poznań : Zysk i S-ka, cop. 2004. - 343 s. : faks., rys., wyk. ; 21 cm
Sygn. 239214 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej

48. Pilch, Tadeusz : Ankieta // W: Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku. T. 1, A-F / [red. prowadzący encyklopedii Ewa Różycka ; aut. t. 1 Krystyna Ablewicz et al.]. - Warszawa : "Żak", 2003. – S. 135-139
Sygn. 235972 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej Sygn. 235973
Wydział Informacyjno-Bibliograficzny Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
49. Podgórski, Ryszard Adam : Metodologia badań socjologicznych : kompendium wiedzy metodologicznej dla studentów / Ryszard Adam Podgórski. - Bydgoszcz ; Olsztyn : „Branta”, 2007. - 239 s. ; 21 cm
Sygn. 244066 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 244067 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
50. Podręcznik socjologicznych badań ankietowych : ankieter w procesie badawczym / Paweł Daniłowicz [et al.] ; Polska Akademia Nauk. Instytut Filozofii i Socjologii. - Warszawa : Instytut Filozofii i Socjologii PAN, 1992. - 173, [2] s. ; 21 cm
Sygn. 214919 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
51. Sobczyk, Bożena : Jak skonstruować ankietę? / Bożena Sobczyk // „Warsztaty Bibliotekarskie”. – 2003, nr 7, s. 15-17
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
52. Sołoma, Luba : Metody i techniki badań socjologicznych : wybrane zagadnienia / Luba Sołoma. - Wyd. 2 rozsz. i popr. - Olsztyn : Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2002. – S. 82-120 : Ankieta
Sygn. 241693 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
53. Stróżyński, Klemens : Poznaj opinie uczniów / Klemens Stróżyński // „Język Polski w Gimnazjum”. – 2000/2001, nr 1, s. 65-74
Ankieta pomagająca poznać opinie uczniów ; sposób jej zbudowania oraz zaplanowanie opracowania wyników.
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
54. Świda-Ziemia, Hanna : Wartości młodzieży licealnej – ankieta jako metoda badawcza / Hanna Świda-Ziemia // „Kwartalnik Pedagogiczny”. – 1993, nr 2, s. 3-29
Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
55. Zaczyński, Władysław : Praca badawcza nauczyciela / Władysław Zaczyński. - Wyd. 4. - Warszawa : Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 1995. – S. 146-157 : Rodzaje kwestionariuszy ankiet, wartość poznawcza ankiety
Sygn. 219756 Czytelnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej
Sygn. 219757, 220165 Wypożyczalnia Pedagogicznej Biblioteki Wojewódzkiej