

OBSAH

. . .	Úvodem	7
I.	Jan Chromý – Liubov Ryashko: <i>Možnosti hodnocení a studia webových stránek</i>	9
II.	Dagmar Jakubíková – Jan Tluchoř: <i>Destinace – marketing – spolupráce a komunikace</i>	27
III.	Michał Kaczmarczyk–Arkadiusz Kaczor: <i>Promocja regionu w działaniach marketingowych jednostek samorządu terytorialnego w Zagłębiu Dąbrowskim</i>	45
IV.	Eva Klánová: <i>Vývoj procesních vztahů mezi dodavatelem a retailerem a jeho dopad na obraz oboru ve společnosti a komunikaci v médiích</i>	73
V.	Lenka Turnerová: <i>Komunikace v oblasti vyhledávání partnerů pro efektivní spolupráci</i>	99
VI.	Libor Pavera–Jiří Valeš: <i>Klamavá reklama a její etické aspekty</i>	III
VII.	Libor Pavera–Martina Svobodová: <i>K efektivitě vybraných reklam v ČR</i>	131
VIII.	Jaroslav Holoubek: <i>Úvod do mediální komunikace v oblasti náboženského cestovního ruchu (část I.)</i>	163
. . .	<i>Ediční poznámka</i>	191
. . .	<i>Summary</i>	192