

Obsah

PŘEDMLUVA	3
KAPITOLA 1	4
1. MÉDIA	4
1.1 Média, mediální systém a mediální průmysl	4
1.2 Historický vývoj médií	5
1.3 Soudobé mediální firmy na českém trhu	7
1.4 Funkce médií	9
1.5 Práce v mediální firmě	9
1.6 Pojmy k zapamatování	11
1.7 Seznam literatury ke kapitole 1	12
KAPITOLA 2	13
2. EKONOMIKA MÉDIÍ	13
2.1 Ekonomická podstata médií	13
2.2 Mikroekonomie a makroekonomie v mediálním světě	14
2.3 Tržní struktura	23
2.4 Regulace médií	28
2.5 Rozšiřující učivo ke kapitole 2	31
2.6 Pojmy k zapamatování	32
2.7 Seznam literatury ke kapitole 2	33
KAPITOLA 3	34
3. MEDIÁLNÍ PRŮMYSL	34
3.1 Financování médií	34
3.2 Tištěná média	35
3.3 Televizní a rozhlasové vysílání	42
3.4 Nová média	43
3.5 Rozšiřující učivo ke kapitole 3	45
3.6 Pojmy k zapamatování	47
3.7 Seznam literatury ke kapitole 3	48
KAPITOLA 4	49
4. MARKETING V MÉDIÍCH	49
4.1 Úvod do marketingu	49

4.2	Definice marketingu	50
4.3	Segmentace.....	53
4.4	Marketing v médiích.....	58
4.5	Pojmy k zapamatování	71
4.6	Seznam literatury ke kapitole 4	72
KAPITOLA 5		74
5.	STRATEGIE PODNIKU	74
5.1	Strategie a strategický management	74
5.2	Strategie v mediálním průmyslu.....	86
5.3	Rozšiřující učivo ke kapitole 5	91
5.4	Pojmy k zapamatování:	93
5.5	Seznam literatury ke kapitole 5	94
PŘÍLOHY.....		95