

OBSAH

Úvod : 7

Metodologie : 8

HISTORIE

Počátky organizace a institucionalizace reklamy v české společnosti na přelomu 19. a 20. století : 13

prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.

Katedra marketingovej komunikácie, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Organizace prodeje a propagace ve firmě Baťa v meziválečném období ... : 51

Ing. Lenka Harantová, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

TEORIE

Alternativní koncepce marketingového mixu : 71

Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Základné otázky typológie aktivít marketingovej komunikácie : 84

prof. PhDr. Pavel Horňák, PhD.

Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Typológia nástrojov guerilla marketingu : 104

PhDr. Milan Banyár, PhD.

Katedra marketingovej komunikácie, Filozofická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave

Od recepcie k zdieľaniu, od publika k používateľovi : 125

doc. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.

Katedra komunikačných a mediálnych štúdií, Filozofická fakulta, Prešovská univerzita v Prešove

VÝZKUM

Působení hudby v marketingové komunikaci z pohledu neuromarketingu : 135

Ing. Tomáš Drábek, Mgr. Michal Tomčík, Ing. Pavel Rosenlacher

Fakulta sociálních studií, Vysoká škola finanční a správní Praha, o.p.s.

Využití on-line prostředí pro komunikaci o společensky odpovědném chování : 147

Ing. Vilém Kunz, Ph.D., Ing. Martin Singer

Katedra marketingové komunikace, Fakulta sociálních studií, Vysoká škola finanční a správní Praha, o.p.s.

Marketing, manažment a kvalita – prístup ku konkurencieschopnosti školy : 156

doc. Ing. Ivana Butoracová Šindleryová, PhD.

Fakulta sociálnych vied, Univerzita Cyrila a Metoda v Trnave

Závěr : 179

Summary (Abstract in English) : 181

Rozšířený obsah (abstrakty a kľúčová slova) : 182

Extended Table of Content (Abstracts & Key Words) : 186