

OBSAH:	
Úvod .....	5
1 Marketingová komunikace a komunikační mix .....	6
1.1 Holistický marketingový koncept .....	8
1.2 Aktualizace 4P .....	10
1.3 Integrovaná marketingová komunikace.....	12
1.3.1 Komunikační mix .....	14
2 Komerční komunikace .....	20
3 Média a komunikační prostředky .....	24
3.1 Média .....	26
3.1.1 Funkce médií .....	28
3.1.2 Tištěná média .....	29
3.1.3 Rozhlasové vysílání.....	31
3.1.4 Televizní vysílání .....	33
3.2 Nová média a jejich prostředky .....	37
4 Teorie a praxe reklamy .....	40
4.1 Vytváření reklamních kampaní.....	44
4.2 Výběr médií (media typů) a hodnocení jejich účinnosti .....	45
4.3 Outdoor (venkovní) reklama.....	47
4.4 Indoor (vnitřní) reklama a reklama v místě prodeje .....	49
4.5 Product placement .....	52
4.6 Měření účinnosti reklamy .....	52
4.7 Regulace reklamy .....	54
5 Komunikace značky.....	56
5.1 Hodnota značky.....	58
5.2 Realizace positioningu a komunikace značky .....	60
6 Marketing na internetu a reklama .....	63
6.1 Marketing na internetu .....	65
6.2 Marketingový komunikační mix na internetu .....	69
6.3 Základní popis klíčových nástrojů reklamy na internetu .....	70
6.4 Internetový reklamní trh .....	76
7 Reklama a mediální plánování .....	78
7.1 Realizace mediální kampaně .....	80
7.1.1 Mediální brief .....	85
7.1.2 Typy nasazení médií .....	86

7.1.3 Životní cyklus značky a mediální plánování .....	88
7.1.4 Implementační plán .....	90
7.2 Efektivita reklamy .....	92
8. Podpora prodeje .....	97
8.1. Nástroje podpory prodeje .....	97
8.2 Podpora prodeje a reklama .....	99
9. Přímý marketing .....	101
9.1 Výhody a nevýhody přímého marketingu .....	104
10 Public relations .....	105
10.1 Cílové skupiny PR.....	107
10.2 PR a reklama .....	110
10.3 Krizová komunikace .....	111
11 Sponzoring a komerční komunikace.....	114
11.1 Sponzoring a sport.....	115
11.2 Sponzoring a jiné oblasti .....	118
11.3 Trendy ve sponzorství .....	119
11.4 Poznámka k efektivitě sponzorství .....	119
12 Veletrhy a výstavy .....	121
12.1 Očekávání a zájmy návštěvníků veletrhu .....	122
12.2 Příprava na veletrh.....	123
12.3 Hodnocení efektivnosti prezentace na veletrhu .....	125
13 Event marketing (události a zážitky) .....	127
13.1 Výběr vhodných událostí.....	128
13.2 Vyhodnocení eventu .....	130
13.3 Trendy event marketingu .....	130
14 Trendy v komerční komunikaci .....	131
14.1 Trendy v oblasti maloobchodu a instore reklamy .....	132
14.2 Trendy v oblasti komunikace a reklamy na internetu .....	134
Příloha A: Reklamní text.....	141