

OBSAH

Úvod	: 7
Metodologie	: 9
Kreativita a efektivita na soutěžích reklamní tvorby	: 11
doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D., Ing. Lenka Harantová, Ph.D.	
Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	
Počátky výzkumu trhu a efektivity reklamy jako východiska reklamní kreativity	: 29
prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.	
Katedra marketingovej komunikácie, Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave	
Mobilní aplikace jako nástroj společenské odpovědnosti firem	: 51
Mgr. Štěpánka Hronová, MBA, PhDr. Ladislava Knihová, Ing. Vilém Kunz, Ph.D.	
Katedra jazyků a Katedra marketingové komunikace, Fakulta sociálních studií, Vysoká škola finanční a správní Praha, o.p.s.	
Efektivita kreativity v marketingové komunikaci	: 65
Ing. Lucja Matusiková, Ph.D.	
Katedra managementu, Ekonomická fakulta, Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava	
Komunikace pivovaru Bernard	: 72
doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.	
Ústav managementu a marketingu, Fakulta managementu a ekonomiky, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	
Vnímání hudby v obchodním prostředí	: 84
doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D., Martina Bolatzká, Martin Březík	
Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	

K historickým aspektom reklamnej kreativity : 104**prof. PhDr. Pavel Horňák, PhD.**Ústav marketingových komunikací, Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita
Tomáše Bati ve Zlíně**Závěr : 117****Resumé (Abstract in English) : 118****Rozšířený obsah (abstrakty a klíčová slova) : 119****Extended Table of Content (Abstracts & Key Words) : 122****Seznam tabulek a obrázků : 125****Rejstřík : 126**