

Obsah

Úvod 4

KAPITOLA 1. 7

VÝCHODISKA MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE..... 7

1.1 Marketing a komunikace 7

1.2 Teoretická východiska marketingové komunikace..... 9

1.2.1 Teorie komunikace..... 9

1.2.2 Komunikační proces12

1.2.3 Psychologie a marketingová komunikace17

1.2.4 Přesvědčivá komunikace20

1.3 Shrnutí29

1.4 Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura30

KAPITOLA 2. 31

CÍLE A STRATEGIE MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE31

2.1 Cíle marketingové komunikace31

2.2 Komunikační mix33

2.2.1 Optimalizace komunikačního mixu37

2.3 Integrovaná marketingová komunikace41

2.4 Výběr komunikační strategie43

2.5 Rozpočet komunikační strategie a efektivnost45

2.6 Sporné otázky komunikace49

2.7 Shrnutí51

2.8 Případová studie.....52

2.9 Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura54

KAPITOLA 3. 56

KOMUNIKAČNÍ MIX56

3.1 Reklama.....58

3.1.1 Druhy reklamy.....61

3.1.2 Média, jejich výběr, plánování, organizace.....64

3.1.3 Hodnocení efektivnosti reklamy.....79

3.2 Podpora prodeje83

3.3 Přímý marketing (Direct Marketing).....90

3.4 Public Relations (PR).....102

3.5	Osobní forma komunikace - osobní prodej	122
3.5.1	Prodejní aktivity.....	125
3.5.2	Prodejní proces a schopnosti obchodníka	127
3.6	Sponzoring.....	128
3.7	Veletrhy a výstavy (VV)	133
3.8	Shrnutí	143
3.9	Případové studie.....	146
3.10	Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura	148

KAPITOLA 4.

152

MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE MEZI ORGANIZACEMI

152

4.1	Unikátnost průmyslového prostředí.....	154
4.2	Reklama na průmyslovém trhu	163
4.2.1	Reklamní média	164
4.2.2	Sdělení.....	166
4.3	Nástroje podpory prodeje	171
4.4	Přímý marketing	174
4.5	Public Relations a firemní image.....	177
4.6	Obchodníci	180
4.7	Rozpočet.....	184
4.8	Shrnutí	185
4.9	Případová studie	187
4.10	Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura	189

KAPITOLA 5.

192

MEZINÁRODNÍ MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE

192

5.1	Mezinárodní marketingový komunikační proces	192
5.2	Volba mezinárodní marketingové komunikační strategie.....	196
5.3	Přímý vstup na zahraniční trh.....	199
5.4	Delegace bez investic	204
5.5	Obchodní mezičlánky	206
5.6	Mezinárodní veletrh a výstava.....	207
5.7	Shrnutí	210
5.8	Případová studie	212
5.9	Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura	212

	KAPITOLA 6.	214
MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE NA INTERNETU		214
6.1 Internet a jeho význam pro marketingovou komunikaci.....		214
6.2 Prezentace firmy na internetu.....		217
6.3 Komunikační mix na internetu		223
6.3.1 Reklama na internetu		223
6.3.2 Public Relations na internetu.....		235
6.3.3 Podpora prodeje na internetu.....		239
6.3.4 Přímý marketing na internetu		240
6.4 Nové formy komunikace v prostředí Web 2.0		241
6.5 Shrnutí.....		249
6.6 Případová studie.....		250
6.7 Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura		251
	KAPITOLA 7.	252
TRENDY V MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE 21.STOLETÍ		252
7.1 Product Placement (PP).....		254
7.2 Guerillová komunikace (GK).....		256
7.3 Mobilní marketing (MM)		259
7.4 Virální marketing (VM)		263
7.5 Word-of-Mouth (WOM), buzzmarketing		265
7.6 Shrnutí.....		271
7.8 Otázky a úkoly, klíčová slova, rozšiřující literatura		274
	KAPITOLA 8.	276
ZÁVĚRY PRO MARKETINGOVOU KOMUNIKACI 21.STOLETÍ		276
	KAPITOLA 9.	278
STUDIE MEZINÁRODNÍ MARKETINGOVÉ KOMUNIKAČNÍ POLITIKY FIRMY MCDONALD'S		278
POUŽITÁ LITERATURA:		285
SEZNAM OBRÁZKŮ		291
SEZNAM TABULEK		292