

# OBSAH

<b>1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE .....</b>	<b>5</b>
1.1 Komunikační proces .....	7
1.2 Cíle marketingové komunikace .....	9
1.3 Komunikační média .....	10
1.4 Komunikační mix .....	11
<b>2. SOCIOLOGIE A PSYCHOLOGIE MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE ...</b>	<b>14</b>
3.1 Komunikace a sociologie .....	14
3.2 Komunikace a psychologie .....	20
<b>3. ZÁSADY ETICKÉ REKLAMNÍ PRAXE V ČESKÉ REPUBLICE .....</b>	<b>26</b>
3.1 Kodex .....	26
3.2 Zákon o reklamě .....	28
3.3 Obchodný zákoník .....	35
3.4 Zákon o ochraně hospodářské soutěže .....	37
3.5 Zákon o ochraně osobních údajů .....	39
3.6 Zákon o právu autorském .....	41
3.7 Rada pro reklamu .....	41
3.8 Arbitrážní komise .....	42
3.9 Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace ...	42
3.10 Asociace Public Relations agentur .....	43
3.11 Asociace komunikačních agentur .....	43
3.11 Profesionální svazy, sdružení, asociace se vztahem ke komunikaci .....	44
<b>4. REKLAMA .....</b>	<b>49</b>
4.1 Historie reklamy .....	49
4.2 Úlohy reklamy .....	53
4.3 Tvorba reklamních textů .....	56
4.4 Inzerát .....	60
4.5 Tištěná reklama .....	65
4.6 Venkovní reklama .....	68
4.7 Zvuková a obrazová reklama .....	70
4.8 Reklama v místech prodeje .....	74
4.9 Elektronická reklama .....	74

<b>5. DIRECT MAIL .....</b>	<b>83</b>
<b>6. PODPORA PRODEJE .....</b>	<b>86</b>
<b>7. PUBLICITA .....</b>	<b>98</b>
<b>8. PUBLIC RELATIONS .....</b>	<b>106</b>
8.1 Podstata public relations .....	108
8.11 Charakteristika veřejnosti .....	112
8.12 Řízení a organizace public relations .....	117
8.13 Hodnocení public relations .....	118
8.2 Krizová komunikace .....	120
8.3 Organizování tiskové konference .....	122
8.4 Organizování účasti na veletrzích a výstavách .....	125
8.5 Slavnostní příležitosti a jejich využití v public relations .....	126
<b>9. HOTELOVÁ IDENTITA .....</b>	<b>128</b>
9.1 Název, logo, slogan .....	129
9.2 Tištěné materiály hotelu.....	133
<b>10. OSOBNÍ PRODEJ .....</b>	<b>141</b>
<b>11. SPONZORING .....</b>	<b>142</b>
<b>12. LOBBING .....</b>	<b>144</b>
<b>13. ORGANIZACE KOMUNIKAČNÍ KAMPANĚ .....</b>	<b>145</b>
13.1 Příprava komunikační kampaně .....	148
13.2 Vztah obratu a rozpočtu komunikační kampaně .....	151
13.3 Měření efektu komunikační kampaně .....	153
13.4 Teaserová kampaň .....	158
<b>SEZNAM LITERATURY .....</b>	<b>159</b>