

OBSAH

Úvodem	7
Marketingové komunikace v České republice – na jakém informačním trhu se vlastně pohybujeme?! <i>Marketing communications in the Czech Republic – in what kind of information market do we actually move?!</i> (Dušan Pavlů)	9
Hodnotová typologie mládeže v souvislosti s ich postoji k sociální reklamě <i>Value typology of young people in relation to their attitudes to social advertising</i> (Elena Hradiská)	17
Cultural diversity of Europe, consumer behaviour and marketing communications (Jaroslav Světlík)	25
Propagační tvorba: Věda? – Technika? – Výroba? – Umění? – Obchod? A co na to pedagog a student? <i>Advertising / promotional creation: science – technology – production – art – business? And what do the teacher and student think?</i> (Zdeněk Křížek)	31
Design a komunikační politika firmy <i>Design and communication policy of company</i> (Věra Vávrová)	36
Postavení Internetu v marketingovém mixu společností a institucí v České republice (Štěpán Prachař)	42
Benchmarking a jeho význam pro marketingové komunikace firmy <i>Benchmarking and its significance for marketing communications of the company</i> (Radomila Soukalová)	46
Management produktu a komunikace se zákazníkem <i>Product management and communication with customer</i> (Gustav Tomek)	50
Měření spokojenosti zákazníka jako nástroj řízení kvality služeb <i>Measuring satisfaction of the customer as the tool of quality service management</i> (Martina Juříková)	57

**Veľtrhy sú kvalitné marketingové nástroje, ktoré môžu trhy
i vytvárať**

*Fairs are good quality marketing tools that are also able to create
the markets*

(Marek Baluška) 60

Nástin histórie public relations

Outline of the history of public relations

(Václav Svoboda) 67

**Public relations a úrad amerického prezidenta (Andrew Jackson,
Theodore Roosevelt, Woodrow Wilson, Herbert Hoover
a Franklin D. Roosevelt)**

PR and the office of american president

(Stanislav Perkner) 73

Kolik pravdy unesou Spojené štáty?

How much truth would the U.S. bear

(Ivan Kulhánek) 86

Ke konstitúcii sociálných marketingových komunikácií jako oboru

On constituting social marketing communications as an industry

(Radim Bačuvčík) 92

Žurnalistika a zábava

Journalism and entertainment

(Jaroslav Bartošek) 98

Nástin úrovne komunikace ve vybraném okresním ředitelství

Police ČR

Levels and quality of communication at a Police County Department

(Vlastimil Taťák) 114

Hodnocení klimatu školy a vysokoškolské výuky

Evaluation of the climate of school and university education

(Martina Juříková) 120

Studentské projekty pro neziskový sektor

Student projects for the non-profit sector

(Marcela Göttlichová) 127