OBSAH

Úvodem
Entrance
Magda Gregarová 7

České com.com
Czech Commercial communications
Jiří Mikeš 9

Komerční a nekomerční marketingové komunikace – nástroje utváření kultury společnosti
Commercial and Non-Commercial Marketing Communications – Means Creating the Culture of Society
Dušan Pavlů 13

Umění a reklama
Art and Advertising
Jan Rajlich, senior 25

Design v současné kultuře
Design in Contemporary Culture
Jan Rajlich, junior 28

Značka ČR
Brand CR
Ladislav Kopecký 30

Postoje veřejnosti k reklamě jako reflexe národních hodnot
Perceptions Of Advertising in General as a Mirror Image of National Values
Jaroslav Světlík 35

Média a public relations
Media and Public Relations
Magda Gregarová 43

Public relations v USA na přelomu tisíciletí
Public Relations in the United States at the Turn of the Millennia
Stanislav Perkner 48

Interpersonálna komunikácia – efektívny prostriedok internej Public Relations
Interpersonal Communication – an Effective Tool of Internal Public Relations
Eva Drličková 54

Marketingové komunikace a temné síly přírody – *nihil novi sub sole*
Marketing Communications and the Natural Dark Energy – Nihil novi sub sole
Zdeněk Křížek 60

Ako vnímajú deti reklamu
Children and Their Perceptions of Adverts
Elena Hradiská 69

Vliv reklamy na děti
Impact of Advertising on Children
Simona Gajdůšková 79

Oděvní design a jeho funkce v marketingových komunikacích
Functions of Fashion Design in Marketing Communications
Šárka Šišková 82

Events v sociální marketingové komunikaci
Events in Social Marketing Communication
Radim Bačuvčík 91

Komunikácia – pilier úspešného organizátora veľtrhov
Communication – the Base for Successful Trade Fair Organizer
Marek Baluška 101

Radiojournal jako nositel kulturnosti v československu (do roku 1945)
Radiojournal as the Intermediary of Culture in Czechoslovakia (till year 1945)
Petr Podlešák 112

Žánrovost – jedna z cest k výrazu spotu
Genre – One from the Ways to Advertising
Jana Janíková 119

Marketingová komunikácia a ekologické potraviny
Marketing Communication and Ecological Foodstuffs
Anton Kretter 129

Specifika marketingových komunikací v podnicích služeb
Specificity of Marketing Communication in Service Companies
Martina Juříková 135

Firemní komunikace a efektivní benchmarking
Corporate Communication and Effective Benchmarking
Radomila Soukalová 141

Z novinek odborné literatury
New titles in specialized literature 149