

OBSAH

Předmluva: 7
Muž a žena, rozum a cit v marketingových komunikacích <i>PhDr. Zdeněk Křížek</i>: 9
Ženy a muži jako zobrazování v marketingových komunikátech	
Gender stereotypes vs. archetypes in commercial communications: Focus on the Mother Archetype <i>Ing. Pavla Dúbravská, M.A.</i>: 19
Muži a ženy v mediálních eventoch: úvahy o emocionalite v textoch elektronických médií <i>doc. PhDr. Juraj Rusnák, CSc.</i>: 32
Percepcia „ženských“ a „mužských“ reklamných komunikátov z hľadiska persuzívnej účinnosti komunikačnej stratégie <i>Mgr. Lucia Spálová, PhD., doc. PhDr. Blandína Šramová, PhD.</i>: 39
Genderová emancipace v reklamní komunikaci <i>Mgr. et Mgr. Andrea Rafajová, Ph.D.</i>: 52
Ženské rodové role ve spotřebním marketingu – obsahová analýza inzerce v týdeníku Vlasta v letech 1993 až 2001 <i>Ing. Oldřich Vávra, CSc.</i>: 63
Postoje spotřebitelů k zobrazování žen a mužů v reklamě <i>Ing. Václav Strítěský</i>: 76
Žena a muž v televizní reklamě očami adresáta <i>PhDr. Vlasta Konečná, PhD.</i>: 88
Význam gendrovej a pohlavnej diferenciacie vo fashion marketingu <i>Mgr. Peter Šagát</i>: 96
Četnost zobrazení erotických motivů v TV reklamě u vybraných produktových kategorií <i>Mgr. Eliška Kubíčková</i>: 107
Ikona ženy v reklamě – minulost' verzus súčasnosť <i>Ing. Jana Nimrichterová</i>: 115

Ženy a muži jako cílové skupiny marketingové komunikace

Analýza efektivnosti komunikace podle pohlaví. Ovlivňuje pohlaví znalost značky?
doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc. : 123

Špecifiká odozvy na moderné formy marketingovej komunikácie podľa genderu
prof. Ing. Mária Rostášová, PhD., Ing. Alena Chrenková, PhD. : 133

Hodnotová orientace mužů a žen jako ukazatel rozdílů v působení reklamních apelů
Mgr. Jana Roubalíková : 145

Genderový hudobný stereotyp v televíznych reklamách
Mgr. Tamara Gončarova : 157

Specifika spotřebitelského segmentu singles
PhDr. Pavla Kotyzová : 168

Ženy a muži jako nakupující na trzích kulturních produktů
Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, PhD. : 178

Nová náboženská hnutí optikou gender a manipulativní komunikace
Mgr. Marek Adamík : 186

Ženy a muži ako spotrebitelia biopotravín
Ing. Lucia Barlogová : 197

Ženy a muži jako subjekty marketingové komunikace

Mediálne zobrazovanie žien v spravodajstve a politike
Doc. Dr. Eva Poláková, PhD. : 207

Role ženského a mužského hlasu v rozhlasovém reklamním sdělení
PaedDr. Marcela Göttlichová : 217

Uplatnění absolventek oboru marketingové komunikace v praxi
Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D. : 232

Žena a muž jako tvůrci marketingových komunikačních sdělení
Ing. Pavla Dúbravská, M.A., Ing. Martina Ďurčanská : 238

Ženy a muži v médiích – tiskoví mluvčí, novináři a publikum
Bc. Inéz Bohdanová Bortoliová : 251