

# OBSAH:

ÚVODEM .....	str. 3
<b>1. část — PROPAGACE</b>	
1. Propagace jako součást marketingu .....	5
2. Reklama jako společenský fenomén .....	7
3. Máte dobrý image? .....	10
4. Reklama jako součást marketingového řetězce .....	12
5. Psychologie v propagaci .....	13
6. Etika propagace .....	16
7. Reklama a právo .....	21
8. Model propagačního procesu a některé pojmy .....	24
9. Propagační prostředky .....	28
10. Reklamní strategie .....	35
11. Přímý marketing .....	38
12. Reklamní agentury .....	39
13. Postoj veřejnosti k reklamě .....	42
<b>2. část — PUBLIC RELATIONS</b>	
1. Historie a definice .....	44
2. PR a reklama .....	46
3. PR je funkcí managementu .....	47
4. Corporate identity .....	48
5. Vnitřní a vnější PR .....	48
6. Nástroje a formy PR .....	50
7. Sponzoring .....	51
8. Krizová komunikace .....	52
9. Prezentace .....	53
10. Některé pojmy .....	53
11. Public affairs .....	54
12. Útvar PR .....	54
13. Umění komunikovat .....	55
14. „Reklamní“ soutěže nebo PR? .....	57
<b>3. část — MÉDIA</b>	
1. Co jsou to média? .....	60
2. Média v reklamě a PR .....	60
3. Periodický tisk .....	61
4. Rozhlas .....	65
5. Televize .....	67
6. Mediální strategie .....	69
7. Tisková konference .....	70
8. Tiskový mluvčí .....	74
9. Firemní časopisy .....	75
10. Výstavy a veletrhy .....	76
11. Nové trendy .....	77
<b>LITERATURA .....</b>	<b>80</b>