

Úvod	7
1. kapitola Management integrované marketingové komunikace	9
1.1 Řízení marketingové komunikace	9
1.2 Integrovaná marketingová komunikace	11
1.3 Řízení integrované marketingová komunikace	12
2. kapitola Řízení podnikové komunikace	14
2.1 Podniková identita	14
2.2 Podniková kultura	16
2.3 Podnikový image	17
2.4 Opakované výzkumy image brněnských podniků	19
2.5 Praktické řízení podnikové komunikace	21
3. kapitola Image a integrovaná marketingová komunikace v řízení podniku.....	26
3.1 Image brněnských podniků a města Brna	26
3.2 Využití pivního lokálního patriotismu v integrované marketingové komunikaci pivovaru Starobrno	28
4. kapitola Integrovaná marketingová komunikácia v maloobchode.....	33
4.1 Komunikačná analýza trhu	33
4.2 Komunikačné aktivity COOP Jednoty, s. d. Slovensko	40
4.2.1 Vlastná značka COOP Jednota (Private label)	40
4.2.2 Časopis Jednota	46
4.2.3 Vernostný program – Nákupná karta COOP Jednota	47
4.2.4 Nadácia COOP Jednota	49
4.2.5 Inzertné noviny	50
4.2.6 Internetová komunikácia a sociálne siete.....	51
4.2.7 Spotrebiteľské súťaže a kampane.....	52
4.2.8 Reklama.....	55
4.2.9 Public relations (PR)	56
4.3 Lokál patriotizmus v reklamách spoločnosti Kaufland SR	57
4.4 Marketingová komunikácia slovenského piva	61
4.4.1 Pivný lokálpatriotizmus po slovensky.....	66
5. kapitola Od propagace k integrované marketingové komunikaci společnosti Škoda Auto a.s. Mladá Boleslav	70
5.1 Exkurz do historie Škoda Auto a.s. Mladá Boleslav	70
5.2 Propagace a komunikační aktivity v historii společnosti	72
5.3 Integrovaná marketingová komunikace společnosti Škoda Auto a.s. Mladá Boleslav ..	85
6. kapitola Integrovaná marketingová komunikácia a vysoké školy – možnosti, využitie a prax	100
6.1 Čo vlastne študenti chcú?	102
6.2 Priama komunikácia	103
6.3 Tradičná mediálna komunikácia	104
6.3.1 Televízna reklama	104
6.3.2 Rádio reklama	105
6.3.3 Printové média.....	106
6.3.4 Outdoor advertising – priestorová reklama	109
6.4 Publicita a Public Relations.....	112
6.5 Sponzorstvo podujatí a spoločenských akcií – Event marketing	113
6.6 Online reklama	114
6.6.1 Sociálne siete.....	115

6.6.2 Webové stránky	118
6.6.3 Reklama, bannery a videá	119
7. kapitola Management integrovaného monitoringu kvality života.....	123
7.1 Kvalita života v současném marketingu.....	123
7.2 Sociální ukazatele v současném marketingu	124
Vánoční závěr: Neřízená integrovaná marketingová a podniková komunikace	128
Literatura	130
Autorský kolektiv	134