

# Obsah

<b>O autorkách .....</b>	<b>9</b>
PhDr. Jitka Vysekalová .....	9
PhDr. Růžena Komárková .....	10
<b>Předmluva k 2. vydání .....</b>	<b>11</b>
<b>Slovo úvodem .....</b>	<b>13</b>
<b>1. Reklama, propagace nebo komunikace .....</b>	<b>15</b>
Jak je to s reklamou, propagací a komunikací .....	16
Co patří do marketingových komerčních komunikací .....	16
Reklama .....	16
Osobní prodej .....	17
Podpora prodeje .....	17
Práce s veřejností .....	18
Přímý marketing .....	18
Sponzoring .....	20
Nová média .....	21
Jak komunikace probíhá .....	22
Odesílatel (komunikátor) .....	23
Zpráva (sdělení) .....	24
Médium (informační kanál) .....	24
Příjemce (komunikant, recipient, cílová skupina) .....	25
Komunikační šum .....	26
Role propagace jako komunikace .....	27
<b>2. Reklama a psychologie .....</b>	<b>29</b>
Co bylo na začátku .....	30
Kdy vznikly reklamní agentury .....	33
Kdy a jak se uplatňuje psychologie v reklamě .....	34
Začátek 20. století .....	34
Třicátá až padesátá léta .....	36
Šedesátá a sedmdesátá léta .....	36
A co dnes...? .....	38
Co se skrývá pod názvem psychologie reklamy .....	39
Jaké metody psychologie reklamy využívá .....	46

Dotazování .....	47
Pozorování .....	49
Experiment .....	51
Analýza věcných skutečností .....	52
Nejčastěji používané psychologické metody a techniky .....	53
Přehled dalších psychologických technik .....	60
<b>3. Nezbytné psychologické pojmy .....</b>	<b>65</b>
Co je důležité vědět o vnímání .....	66
Základní zákonitosti .....	66
Smyslové vnímání a jeho složky .....	67
Pozornost a reklama .....	85
Paměť a zapomínání .....	86
Paměť .....	86
Zapomínání .....	89
Asociace .....	90
Význam učení pro spotřební chování .....	90
Průběh učení .....	92
Učení se ve spotřebě a utváření spotřebních zvyklostí .....	94
Motivace jako klíčové téma psychologie reklamy .....	95
Co je to motivace a jak působí .....	95
Užitnost produktu a motivace .....	97
Jak se utváří motivační struktura člověka .....	98
Potřeby jako zdroj motivace .....	99
Význam emocí pro motivaci .....	103
Návyky jako hybná síla motivace .....	105
Hodnoty, ideály a zájmové orientace .....	105
Zájmy jako další zdroj motivace .....	106
Co ovlivňuje motivaci člověka .....	107
Jak pomáhají psychologické teorie motivace v reklamě .....	108
Rozporuplnost reklamy .....	111
Motivační výzkum .....	112
Praktické příklady rozpoznávání motivace v reklamě .....	113
Reklama na BMW .....	113
Motivace na cigarety West .....	113
Motivace v reklamě Olivera Toscaniho pro firmu Benetton .....	114
Reklama pro časopis TOP CLASS .....	114
<b>4. Tvorba účinné reklamy .....</b>	<b>119</b>
Jak psychologie pomáhá při tvorbě účinné reklamy .....	120
Psychologie a média .....	120
Tisk (noviny a časopisy) .....	121
Televize .....	129

Vliv médií na účinky reklamy .....	132
Frekvence prezentace .....	133
Jak vytvořit dobrou reklamu z hlediska formy i obsahu .....	133
Co je důležité pro dobrý inzerát .....	134
Titulek .....	134
Je důležité umístění inzerátu? .....	134
A jak je to s velikostí inzerátu? .....	135
Jaké písmo je nejlepší? .....	136
Jak vytvářet obrazy v reklamě .....	137
Jaký obraz si nejlépe zapamatujeme? .....	139
Akustické obrazy .....	139
Působení barev v reklamě .....	141
Využití motivu strachu v reklamě .....	143
Erotika v reklamě .....	146
Humor v reklamě .....	148
Sociokulturní faktory tvorby reklamy .....	150
<b>5. Jak zjistíme účinnost reklamy .....</b>	<b>155</b>
Kdy je reklama účinná .....	156
Bariéry při působení reklamy .....	166
Druhy výzkumů efektivitvy reklamy .....	168
Příklady aplikovaného výzkumu reklamy .....	174
Výzkum cílových skupin .....	174
Testování návrhů a ověřování účinnosti reklamy .....	191
Analýza image .....	212
Psychologická analýza značky .....	219
Účinnost reklamy na internetu .....	231
<b>Přílohy</b>	
Rada pro reklamu	
Kodex – Zásady etické reklamní praxe v České republice .....	240
Mezinárodní kodex .....	250
<b>Literatura .....</b>	<b>257</b>
<b>Rejstřík .....</b>	<b>261</b>