

OBSAH

Předmluva	1
PŘÍBĚH ZNAČKY	3
1.1 Historie značky	3
1.2 Brand management	10
1.3 Základní strategie značky	14
1.4 Privátní značky	15
1.5 Národní kultura a značky	19
1.6 Výzkumy značky	20
1.7 Odkazy a doporučení	29
2. MÉDIA	31
2.1 Úvod do světa médií	31
2.2 Hromadné sdělovací prostředky	41
2.3 Média reklamní	46
2.4 Inter- a intramediální srovnávání	68
2.5 Mediální plánování	71
2.6 Odkazy a doporučení	80

3. SALES PROMOTIONS	81
3.1 Úvod do oboru	81
3.2 Instore Marketing	89
3.3 Další nástroje sales promotions	107
3.4 Direct Marketing	116
3.5 Trade promotions	118
3.6 Odkazy a doporučení	122
4. PUBLIC RELATIONS	123
4.1 Úvod do oboru	123
4.2 Definice a metody public relations	125
4.3 Techniky public relations	129
4.4 Media relations	138
4.5 Sponzoring	145
4.6 Eventy	149
4.7 Krizová komunikace	152
4.8 Vyhodnocování PR aktivit	153
4.9 Odkazy a doporučení	154

5. JAK SE STAVÍ KAMPAŇ	157
5.1 Strategický cíl kampaně	158
5.2 Cílové skupiny	160
5.3 Průzkum trhu	164
5.4 Komunikační strategie	169
5.5 Kreativní strategie	182
5.6 Mediální strategie	186
5.7 Posttracking	187
5.8 Odkazy a doporučení	187
I ZÁZRAK POTŘEBUJE REKLAMU!	189