

OBSAH

ÚVOD	7
I. KAPITOLA	
REKLAMA JE TÝMOVÁ PRÁCE	9
Textař a jeho partneři	10
Obraz a slovo	10
II. KAPITOLA	
CHARAKTERISTIKA REKLAMNÍHO TEXTU	13
III. KAPITOLA	
KDY VZNIKÁ DOBRÝ REKLAMNÍ TEXT	17
Subjektivní podmínky vzniku dobrého reklamního textu	17
Objektivní podmínky	18
Objektivně-subjektivní podmínky	21
IV. KAPITOLA	
JAK VZNIKÁ DOBRÝ REKLAMNÍ TEXT	23
Co musí reklamní text zachovávat	23
Čeho se reklamní text musí vyvarovat	28
Humor v reklamním textu	30
V. KAPITOLA	
TEXTOVÉ SOUČÁSTI CORPORATE IDENTITY	33
Co nemá jméno, jako by nebylo	34
Dejte mi dobrý slogan a já pohnu zeměkoulí	41
VI. KAPITOLA	
TEXT NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH REKLAMNÍCH PROSTŘEDKŮ	57
Reklamní tiskoviny	57
Leták	57
Prospekt	59
Katalog	59
Firemní kalendáře	60
Inzerát	62
Titulek (headline)	64
Hlavní text (copy)	66
Závěr inzerátu (claim)	69
Kupony	69
Inzerční seriály	70

Zvuková reklama	71
Audiovizuální reklama	75
Námět	76
Literární scénář	79
Druhy audiovizuální reklamy	82
Venkovní reklama	83
Reklama na místě prodeje	85
Direct mail	89
VII. KAPITOLA	
TEXTOVÁ PŘÍPRAVA EXPOZICE NA VÝSTAVĚ	93
Libreto je grunt	95
Scénář expozice	101
Pozvání a poděkování	108
VIII. KAPITOLA	
REKLAMNÍ TEXTAŘ A PUBLIC RELATIONS	113
Firemní brožura	113
Tisková zpráva (press release)	114
PR článek	116
ZÁVĚR	117
LITERATURA	119