

# OBSAH:

Úvod .....	5
1 Marketingová komunikace a komunikační mix .....	6
1.1 Holistický marketingový koncept .....	8
1.2 Aktualizace 4P .....	10
1.3 Integrovaná marketingová komunikace.....	12
1.3.1 Komunikační mix .....	14
2 Komerční komunikace .....	20
3 Média a komunikační prostředky .....	24
3.1 Média .....	26
3.1.1 Funkce médií .....	27
3.1.2 Tištěná média .....	28
3.1.3 Rozhlasové vysílání.....	30
3.1.4 Televizní vysílání .....	31
3.2 Nová média a jejich prostředky .....	35
4 Teorie a praxe reklamy .....	38
4.1 Vytváření reklamních kampaní.....	40
4.2 Výběr médií (media typů) a hodnocení jejich účinnosti .....	42
4.3 Venkovní reklama .....	43
4.4 Reklama v místě prodeje .....	46
4.4.1 Merchandising .....	46
4.4.2 Shopper marketing (nákupní marketing) .....	48
4.5 Trendy v reklamě .....	49
5 Komunikace značky .....	51
5.1 Hodnota značky.....	53
5.2 Realizace positioningu a komunikace značky .....	55
6 Marketing na internetu a reklama .....	58
6.1 Marketing na internetu .....	60
6.2 Marketingový komunikační mix na internetu .....	63
6.3 Základní popis klíčových nástrojů reklamy na internetu .....	63
6.3.1 Video jako oblíbený formát reklamy.....	67
6.3.2 E-mailing .....	67
6.3.3 Sociální sítě (sociální média).....	68
6.4 Internetový reklamní trh .....	68
7 Reklama a mediální plánování .....	70

7.1 Realizace mediální kampaně .....	72
7.1.1 Mediální brief .....	77
7.1.2 Typy nasazení médií .....	78
7.1.3 Životní cyklus značky a mediální plánování .....	80
7.1.4 Implementační plán .....	82
7.2 Efektivita reklamy .....	84
8. Podpora prodeje .....	89
8.1. Nástroje podpory prodeje .....	89
8.2 Podpora prodeje a reklama .....	91
9. Přímý marketing .....	93
9.1 Výhody a nevýhody přímého marketingu .....	96
10 Public relations .....	97
10.1 Cílové skupiny PR .....	99
10.2 PR a reklama .....	102
10.3 Krizová komunikace .....	103
11 Sponzoring a komerční komunikace .....	106
11.1 Sponzoring a sport .....	107
11.2 Sponzoring a jiné oblasti .....	110
11.3 Trendy ve sponzorství .....	111
11.4 Poznámka k efektivitě sponzorství .....	111
12 Veletrhy a výstavy .....	113
12.1 Očekávání a zájmy návštěvníků veletrhu .....	114
12.2 Příprava na veletrh .....	115
12.3 Hodnocení efektivnosti prezentace na veletrhu .....	117
13 Event marketing (události a zážitky) .....	118
13.1 Výběr vhodných událostí .....	119
13.2 Vyhodnocení eventů .....	121
13.3 Trendy event marketingu .....	121
Literatura: .....	122
Příloha A: Reklamní text .....	126