

<b>Předmluva</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Kultura McDonald's</b> .....	<b>11</b>
1.1 Historie, fakta a čísla .....	14
1.2 Zásady podnikání McDonald's .....	16
1.3 Hrozby mcdonaldizace .....	18
1.4 Globální versus lokální .....	20
1.5 Proměny spotřebitele a společenských hodnot .....	26
1.6 McKultura .....	32
<b>2 Reklama McDonald's</b> .....	<b>37</b>
2.1 Možné přístupy k reklamní komunikaci .....	40
2.1.1 Přenosový model komunikace .....	41
2.1.2 Alternativní modely komunikace .....	44
2.1.2.1 Propagační model .....	44
2.1.2.2 Rituálový model .....	46
2.1.2.3 Příjmový model .....	48
2.1.2.4 Kulturní model .....	51
2.1.2.5 Postmodernismus .....	53
2.2 Příjemci reklamních sdělení – publikum McDonald's .....	55
2.2.1 Specifika českých spotřebitelů .....	58
2.2.2 McDonald's a děti .....	61
2.2.3 McDonald's a mládež .....	69
2.3 Reklamní komunikace značky McDonald's .....	78
2.4 Kulturní stereotypy v reklamě McDonald's .....	86
2.5 Vývoj reklamy McDonald's a její adaptace pro český trh ..	99
2.6 Přesvědčování v reklamě hlavní a periferní cestou .....	107
2.7 Způsoby přesvědčování v reklamě .....	111
2.7.1 Argumentační postupy v reklamě .....	112
2.7.2 Emocionální přesvědčování a psychologické působení ....	117
2.7.3 Persvaze v jazyce reklamy McDonald's .....	123
2.7.3.1 Jazykové prostředky aktualizace a zdůraznění .....	124
2.7.3.2 Vztah k adresátovi reklamního sdělení .....	129
2.8 Kvantitativní analýza reklamních spotů McDonald's .....	135
2.8.1 Klíčová slova v reklamě McDonald's .....	139
2.8.1.1 Podstatná jména .....	139
2.8.1.2 Přídavná jména a příslovce .....	141
2.8.1.3 Slovesa .....	145
2.8.2 Frekvence slovních druhů v reklamě McDonald's .....	146
2.8.2.1 Nezákladní slovní druhy .....	151
2.8.2.2 Slovo mluvené vs. psané .....	153
2.8.3 Reklamní syntax a styl .....	155
2.9 Textové vzorce v reklamě McDonald's .....	158