

Obsah

| | |
|--|------------|
| O hlavním autorovi | 3 |
| O dalších autorech | 4 |
| Poradci z praxe | 9 |
| Úvod | 10 |
| 1 Plánování komunikačních kampaní | 11 |
| 2 Principy marketingové komunikace | 23 |
| 2.1 Fáze efektivní marketingové komunikace | 23 |
| 2.2 Zaujetí cílové skupiny | 26 |
| 2.3 Pochopení marketingového sdělení | 30 |
| 2.4 Přesvědčení cílové skupiny | 33 |
| 2.5 Situační kontext | 38 |
| 2.6 Šíření ústním podáním (WOM) | 40 |
| 3 Reklama | 49 |
| 3.1 Charakteristika a funkce | 49 |
| 3.2 Reklamní média | 52 |
| 3.3 Tvorba efektivní reklamy | 65 |
| 4 Direct marketing | 73 |
| 4.1 Charakteristika a funkce | 73 |
| 4.2 E-mailing a direct mailing | 82 |
| 4.3 Další nástroje direct marketingu | 89 |
| 4.4 Řízení direct marketingových kampaní | 91 |
| 5 Podpora prodeje | 95 |
| 5.1 Charakteristika a funkce | 95 |
| 5.2 Klasické nástroje podpory prodeje | 98 |
| 5.3 Komunikace v místě prodeje | 110 |
| 6 Public relations | 119 |
| 6.1 Charakteristika a funkce | 119 |
| 6.2 Media relations | 122 |
| 6.3 Nástroje media relations | 130 |
| 6.4 Krizová komunikace | 136 |

| | | |
|----|---|-----|
| 7 | Event marketing a sponzoring | 143 |
| | 7.1 Event marketing | 143 |
| | 7.2 Sponzoring | 150 |
| 8 | Osobní prodej | 159 |
| | 8.1 Charakteristika a funkce | 159 |
| | 8.2 Průběh osobního prodeje | 166 |
| | 8.3 Veletrhy a výstavy | 174 |
| 9 | Online komunikace | 183 |
| | 9.1 Charakteristika a funkce | 183 |
| | 9.2 Webové stránky | 184 |
| | 9.3 Online sociální média | 196 |
| 10 | Případová studie | 205 |
| | Závěr | 212 |
| | Literatura | 215 |