

# Obsah

<b>1. Komunikace, prezentace a propagace</b> .....	<b>9</b>
1.1 Komunikace a komunikační procesy.....	9
1.2 Komunikace a prezentace.....	18
1.3 Vizuelní komunikace.....	21
1.4 Komunikace a propagace.....	30
<b>2. Význam a souvislosti jednotné vizuelní prezentace firem</b> .....	<b>44</b>
2.1 Vymezení základních pojmů v problematice firemního stylu.....	45
2.2 Image obecně a firemní image.....	48
2.3 Kultura obecně a firemní kultura.....	56
2.4 Firemní identita.....	65
2.5 Firemní styl.....	73
2.6 Vazba mezi firemním stylem a organizační strukturou a kulturou.....	77
2.7 Vliv národní kultury na firemní styl.....	87
<b>3. Projekt firemního stylu</b> .....	<b>98</b>
3.1 Projektové řízení.....	98
3.2 Projekt firemního stylu.....	99
3.3 Tvorba firemního stylu – přípravné operace.....	108
3.4 Vlastní tvorba firemního stylu.....	122
3.6 Implementace firemního stylu.....	154
3.7 Způsoby kvantifikace některých aspektů projektu.....	155
3.7.2 Stanovení nákladů projektu.....	156
<b>4. Manuál grafických standardů</b> .....	<b>160</b>
4.1 Podstata a význam grafického manuálu.....	160
4.2 Obsah a provedení manuálu.....	167
4.3 Zásady pro tvorbu manuálu – základní prvky.....	170
4.4 Zásady pro tvorbu manuálu – odvozené prvky firemního stylu.....	174
<b>Summary</b> .....	<b>182</b>
<b>Literatura</b> .....	<b>184</b>
<b>Rejstřík</b> .....	<b>186</b>