

# OBSAH

ÚVOD .....	3	1.10 SOCIÁLNA REKLAMA AKTUÁLNEJŠIA AKO AKTUÁLNA .....	98
<b>ČASŤ PRVÁ: REKLAMA</b> TEORETICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE		1.11 TYPOLÓGIA ČLENENIA NÁSTROJOV MK .....	105
<b>1. REKLAMA, PROPAGÁCIA, MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....</b>	<b>10</b>	1.12 QUO VADIS ADVERTISING....	113
1.1 PROPAGÁCIA A REKLAMA ....	12	<b>2. REKLAMA A TRADIČNÉ MÉDIÁ .....</b>	<b>119</b>
1.2 REKLAMA, PROPAGÁCIA, ČI MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA, ALEBO ČO S VÝRAZOM PROMOTION? ....	25	2.1 KOMUNIKÁCIA, MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA, MÉDIÁ .....	120
1.3 REKLAMA A JEJ PRÍBUZNÉ AKTIVITY .....	37	2.2 REKLAMA V PERIODICKEJ TLAČI .....	121
1.4 REKLAMA A PUBLIC RELATIONS .....	52	2.3 REKLAMA V ROZHLASOVOM VYSIELANÍ .....	136
1.5 REKLAMA A ŽURNALISTIKA .....	56	2.4 AUDIOVIZUÁLNE PROPAGAČNÉ PROSTRIEDKY .....	145
1.6 REKLAMA A UMENIE .....	58	<b>ČASŤ DRUHÁ: REKLAMA</b> HISTORICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE	
1.7 PRINCÍPY A FUNKCIE REKLAMY .....	60	<b>1. REKLAMA V RETROSPEKTÍVE HISTÓRIE .....</b>	<b>161</b>
1.8 REKLAMA AKO DRUH KOMUNIKÁCIE .....	72	1.1 ODRAZ REKLAMY V EPOCHÁCH LUDSTVA .....	161
1.9 POSTAVENIE REKLAMY V BUDÚCNOSTI .....	85	1.2 HISTÓRIA AMERICKEJ REKLAMY .....	170
		1.3 REKLAMA V RUSKU .....	181

<b>2. HISTÓRIA REKLAMY NA ÚZEMÍ ČESKOSLOVENSKA ..... 188</b>	1.1 Z HISTÓRIE ETIKY.....228
2.1 „PRAVEK REKLAMY“ NA NAŠOM ÚZEMÍ..... 188	1.2 ETIKA A MORÁLKA .....230
2.2 OD STREDOVEKU K VZNIKU ČESKOSLOVENSKA..... 190	1.3 ETIKA A PRÁVO..... 231
2.3 ČESKOSLOVENSKÁ REKLAMA V ROKOCH 1918 – 1948..... 191	1.4 ETIKA A PODNIKANIE..... 232
2.4 REKLAMA A PROPAGÁCIA V ČESKOSLOVENSKU V ROKOCH 1948 – 1989..... 195	1.5 ETIKA A MARKETING..... 232
2.5 ZNOVUZRODENIE ČESKOSLOVENSKEJ REKLAMY PO ROKU 1989 ..... 201	1.6 ETIKA A REKLAMA .....234
<b>3. FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY..... 215</b>	1.7 ETICKÝ ROZMER PROCESU SAMOREGULÁCIE .....236
3.1 ČESKOSLOVENSKÉ FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY ..... 216	1.8 ZÁKLADNÉ PRINCÍPY ETIKY Z POHLADU ETICKÝCH KÓDEXOV .....236
3.2 MEDZINÁRODNÉ FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY ..... 219	1.9 ETICKÉ ZÁSADY REKLAMY A PR.....239
<b>ČASŤ TRETIA: REKLAMA ETICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE</b>	1.10 ĎALŠIE OBLASTI MK A ETIKA.....241
<b>1. ETIKA V OBLASTI PODNIKANIA, MARKETINGU A REKLAMY..... 227</b>	<b>2. RADA PRE REKLAMU..... 244</b>
	2.1 VZNIK A CHARAKTERISTIKA RADY PRE REKLAMU .....244
	2.2 ZÁKLADNÁ NÁPLŇ ČINNOSTI RADY PRE REKLAMU .....245
	2.3 ORGÁNY RADY PRE REKLAMU.....246
	2.4 ARBITRÁŽNA KOMISIA RADY PRE REKLAMU .....248
	<b>3. ETICKÉ ZÁSADY REKLAMNEJ PRAXE V ČR A SR..... 249</b>

3.1 ÚVODNÉ USTANOVENIA.....	250	2.1 ZÁKLADNÉ SFÉRY KREATIVITY.....	332
3.2 VŠEOBECNÉ ZÁSADY REKLAMNEJ PRAXE.....	255	2.2 DRUHY KREATIVITY.....	336
3.3 OSOBITNÉ POŽIADAVKY NA REKLAMU .....	272	<b>3. TVORBA REKLAMNÝCH TITULKOV, SLOGANOV, NÁZVOV .....</b>	<b>340</b>
3.4 PROBLÉMOVÉ PRODUKTY ...	285	3.1 KREATÍVNE POSTUPY .....	340
<b>4. UNITED COLORS OF BENETTON ALEBO CAUSA BENETTON.....</b>	<b>304</b>	3.2 TITULKY – SLOGANY – NÁZVY .....	344
4.1 ZROD LEGENDY .....	304	<b>ZOZNAM BIOGRAFICKÝCH ODKAZOV.....</b>	<b>375</b>
4.2 OD UNITED COLORS PO TROJUHOĽNÍK OF BENETTON .....	306	<b>ČASŤ PIATA/FAREBNÁ PRÍLOHA: REKLAMA – ADVERTRIKY TRIKY V REKLAME A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII.....</b>	<b>382</b>
4.3 VERDIKT .....	311		

#### **ČASŤ ŠTVRTÁ:**

##### **REKLAMA**

KREATÍVNE ASPEKTY TVORBY REKLAMNÝCH  
TITULKOV, SLOGANOV, NÁZVOV...

<b>1. ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA KREATIVITY .....</b>	<b>321</b>
1.1 POJEM A DEFINÍCIA KREATIVITY.....	321
1.2 ZÁKLADNÉ RYSY KREATIVITY.....	324
<b>2. DRUHY A OBLASTI KREATIVITY .....</b>	<b>332</b>