

---

# Obsah

O autorech .....	9
Předmluvy .....	13
Slovo úvodem .....	17
<b>1</b> Reklama, propagace nebo komunikace .....	19
Jak je to s reklamou, propagací a komunikací .....	20
Co patří do marketingových komunikací .....	20
Reklama .....	20
Osobní prodej .....	21
Podpora prodeje .....	21
Práce s veřejností .....	22
Přímý marketing .....	23
Sponzoring .....	24
Nová média .....	25
Jak komunikace probíhá .....	35
Odesílatel (komunikátor) .....	36
Zpráva (sdělení) .....	37
Médium (informační kanál) .....	37
Příjemce (komunikant, recipient, cílová skupina) .....	38
Komunikační šum .....	39
Role propagace jako komunikace .....	41
<b>2</b> Reklama a psychologie .....	43
Co bylo na začátku .....	44
Kdy vznikly reklamní agentury .....	47
Kdy a jak se uplatňuje psychologie v reklamě .....	48
Začátek 20. století .....	48
Třicátá až padesátá léta .....	49
Šedesátá a sedmdesátá léta .....	50
A co dnes...? .....	51
Co se skrývá pod názvem „psychologie reklamy“ .....	53
Co to vlastně je podprahová manipulace? .....	58
Jaké metody psychologie reklamy využívá .....	62

Dotazování .....	63
Pozorování .....	66
Experiment .....	67
Analýza věcných skutečností .....	81
Nejčastěji používané psychologické metody a techniky .....	82
Přehled dalších psychologických technik .....	89

### **3** Nezbytné psychologické pojmy ..... 97

Co je důležité vědět o vnímání .....	98
Základní zákonitosti .....	98
Smyslové vnímání a jeho složky .....	99
Pozornost a reklama .....	119
Paměť a zapomínání .....	122
Paměť .....	122
Zapomínání .....	124
Asociace .....	125
Význam učení pro spotřební chování .....	126
Průběh učení .....	127
Učení se ve spotřebě a utváření spotřebních zvyklostí .....	130
Motivace jako klíčové téma psychologie reklamy .....	130
Co je to motivace a jak působí .....	130
Užitnost produktu a motivace .....	134
Jak se utváří motivační struktura člověka .....	135
Potřeby jako zdroj motivace .....	136
Význam emocí pro motivaci .....	140
Návyky jako hybná síla motivace .....	142
Hodnoty, ideály a zájmové orientace .....	142
Zájmy jako další zdroj motivace .....	144
Co ovlivňuje motivaci člověka .....	144
Jak pomáhají psychologické teorie motivace v reklamě .....	146
Rozporuplnost reklamy .....	149
Motivační výzkum .....	151
Praktické příklady rozpoznávání motivace v reklamě .....	151

### **4** Tvorba účinné reklamy ..... 157

Jak psychologie pomáhá při tvorbě účinné reklamy .....	158
Psychologie a média .....	158
Výzkumy médií .....	158
Další výzkumy médií .....	168

Vliv médií na účinky reklamy .....	173
Frekvence prezentace .....	175
Jak vytvořit dobrou reklamu z hlediska formy i obsahu .....	175
Co je důležité pro dobrý inzerát .....	175
Titulek .....	176
Je důležité umístění inzerátu? .....	176
A jak je to s velikostí inzerátu? .....	177
Jaké písmo je nejlepší? .....	178
Jak vytvářet obrazy v reklamě .....	180
Jaký obraz si nejlépe zapamatujeme? .....	182
Akustické obrazy .....	183
Působení barev v reklamě .....	186
Využití motivu strachu v reklamě .....	190
Erotika v reklamě .....	193
Humor v reklamě .....	195
Sociokulturní faktory tvorby reklamy .....	198
<b>5 Jak zjistíme účinnost reklamy .....</b>	<b>203</b>
Kdy je reklama účinná .....	204
Bariéry při působení reklamy .....	216
Druhy výzkumů efektivity reklamy .....	219
Příklady aplikovaného výzkumu reklamy .....	228
Výzkum cílových skupin .....	228
Testování návrhů a ověřování účinnosti reklamy .....	254
Analýza image .....	282
Image obchodního podniku .....	284
Psychologická analýza značky .....	290
Komunikace značek prostřednictvím jejich vlastností .....	298
Účinnost reklamy na internetu a sociálních sítích .....	313
<b>Kodex reklamy 2005 – Rada pro reklamu .....</b>	<b>329</b>
<b>Shrnutí .....</b>	<b>343</b>
<b>Summary .....</b>	<b>344</b>
<b>Literatura .....</b>	<b>345</b>
<b>Rejstřík .....</b>	<b>351</b>