

OBSAH

1.	<i>PODSTATA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE</i>	7
1.1.	Marketingová komunikácia.....	7
1.2.	Marketingový komunikačný systém	12
1.3.	Modely komunikačného procesu	16
1.4.	Úlohy	24
2.	<i>PROCES PLÁNOVANIA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE</i>	25
2.1.	Proces plánovania marketingovej komunikácie.....	25
2.2.	Komunikačný plán	26
2.3.	Model „inside-out“ a model „outside-in“	35
2.4.	Úlohy	41
3.	<i>KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA</i>	43
3.1.	Mediálna stratégia	43
3.2.	Realizácia mediálneho plánu	45
3.3.	Kreatívna stratégia	48
3.4.	Úlohy	51
4.	<i>REKLAMA</i>	53
4.1.	Charakteristika reklamy	53
4.2.	Proces tvorby reklamy.....	54
4.3.	Budúcnosť reklamy v marketingovej komunikácii.....	60
4.4.	Úlohy	62
5.	<i>PRIAMY MARKETING</i>	63
5.1.	Priamy marketing ako marketingová stratégia	64
5.2.	Funkcie priameho marketingu	66
5.3.	Proces priameho marketingu.....	67
5.4.	Úlohy	78
6.	<i>PUBLIC RELATIONS</i>	79
6.1.	História a charakteristika PR.....	80
6.2.	Procesy a vybrané druhy PR.....	85
6.3.	Úlohy.....	92

7.	<i>MEDIA RELATIONS</i>	93
7.1.	Systém práce s médiami.....	95
7.2.	Nástroje a formy media relations	98
7.3.	Úlohy	104
8.	<i>EVENT MARKETING</i>	105
8.1.	Typológia eventov.....	105
8.2.	Proces eventu	109
8.3.	Digitalizácia event marketingu	115
8.4.	Úlohy	126
9.	<i>PODPORA PREDAJA A OSOBNÝ PREDAJ</i>	127
9.1.	Podpora predaja.....	127
9.2.	Trendy v podpore predaja	136
9.3.	Osobný predaj	138
9.4.	Úlohy	144
10.	<i>BUZZ MARKETING A CONTENT MARKETING</i>	145
10.1.	Buzz marketing	145
10.2.	Výhody a nevýhody buzz marketingu	146
10.3.	Content marketing.....	147
10.4.	Úlohy.....	152
11.	<i>KORPORÁTNA IDENTITA</i>	153
11.1.	Stratégia firemnej identity.....	153
11.2.	Podniková kultúra	156
11.3.	Firemná komunikácia.....	157
11.4.	Úlohy	160
12.	<i>SUBJEKTY V DIGITÁLNO M MARKETINGU</i>	161
12.1.	Firmy	162
12.2.	Agentúry	163
12.3.	Médiá.....	166
12.4.	Úlohy	169
13.	<i>KOMUNIKAČNÉ CIELE FIRMY NA INTERNETE</i>	171
13.1.	Proces marketingovej komunikácie na internete	171

13.2.	Ciele marketingovej komunikácie na internete.....	173
13.3.	Nástroje marketingovej komunikácie na internete	175
13.4.	Úlohy.....	188
14.	<i>PRÍPRAVA ZADANIA (BRIEF)</i>	189
14.1.	Zadanie projektu – brief.....	189
14.2.	Kategorizácia briefov	192
14.3.	Príklady briefov.....	197
14.4.	Úlohy.....	201
15.	<i>WEBSTRÁNKY A MEDIÁLNY TRH</i>	203
15.1.	Charakteristika webstránok.....	203
15.2.	Kategorizácia webstránok	205
15.3.	Slovenský internetový mediálny trh	212
15.4.	Úlohy.....	217
16.	<i>ONLINE MULTIMÉDIÁ A TYPY MÉDIÍ</i>	219
16.1.	Médiá z hľadiska formy	219
16.2.	Médiá z hľadiska typu.....	220
16.3.	Vplyv digitalizácie na formy a typy médií	223
16.4.	Úlohy.....	228
17.	<i>TEXTOVÝ OBSAH V DIGITÁLNO MARKETINGU</i>	229
17.1.	Kategorizácia textov na internete.....	229
17.2.	Tvorba textového obsahu pre potreby internetu	239
17.3.	Produkcia textu s ohľadom na SEO	246
17.4.	Úlohy.....	249
18.	<i>STATICKÉ GRAFICKÉ PODKLADY V DIGITÁLNO MARKETINGU</i>	251
18.1.	Kategorizácia grafických podkladov v digitálnom marketingu.....	251
18.2.	Produkčné rozmery grafických podkladov pre potreby internetu ...	255
18.3.	Nástroje na tvorbu a úpravu grafického obsahu	257
18.4.	Úlohy.....	258
19.	<i>AUDIOOBSAH V DIGITÁLNO MARKETINGU</i>	259
19.1.	Kategorizácia audioobsahu v digitálnom marketingu	259
19.2.	Distribučné kanály audioobsahu	261

19.3.	Produkčné špecifiká audioobsahu pre potreby internetu	264
19.4.	Úlohy	269
20.	<i>VIDEOOBSAH V DIGITÁLNO M MARKETINU</i>	271
20.1.	Videoobsah	271
20.2.	Distribučné kanály videoobsahu	271
20.3.	Produkčné špecifiká videoobsahu pre potreby internetu	275
20.4.	Úlohy	278
21.	<i>PRÁVNE ASPEKTY MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE</i>	279
21.1.	Právo duševného vlastníctva	280
21.2.	Mediálne právo	297
21.3.	Reklama	302
21.4.	Nekalá súťaž	321
	<i>LITERATÚRA</i>	329