Obsah

Seznam obrázků 7
Seznam tabulek 8
Předmluva 9
Značky a symboly v učebním textu 10

1. KAPITOLA CHARAKTERISTIKA NOVÝCH MÉDIÍ 13
1.1 Nová média 14
1.2 Digitalita nových médií 18
1.3 Interaktivita nových médií 19
1.4 Hypertextualita nových médií 20
1.5 Disperze a virtualita nových médií 21

2. KAPITOLA: ZÁKLADNÍ POJMY Z OBLASTI NOVÝCH MÉDIÍ 27
2.1 Web 2.0 a vyšší 28
2.2 Nakupování na internetu 31
2.3 Blogy a fóra 32
2.4 Sociální sítě 33
2.5 Internetové vyhledávače 40

3. KAPITOLA: AKTUÁLNÍ TRENDY V MARKETINGU 47
3.1 Změny v cílení komunikace 48
3.2 E-commerce 50
3.3 E-marketing 51

4. KAPITOLA: VIRÁLNÍ MARKETING 59
4.1 Virální marketing 60
4.2 Využití virálního marketingu 61
4.3 Nebezpečí virálního marketingu 65
4.4 Měření úspěšnosti virálního marketingu 66

5. KAPITOLA: WORD-OF-MOUTH MARKETING 71
5.1 Princip Word-of-Mouth komunikace 72
5.2 WOM a DWOM 72
5.3 Spontánní a umělý WOM 75
5.4 WOM marketing 76

6. KAPITOLA: MOBILNÍ MARKETING 83
6.1 Mobilní marketing 84
6.2 Location based marketing 87
6.3 Augmented reality 88
6.4 Advergaming 91

7. KAPITOLA: PRODUCT PLACEMENT 97
7.1 Product placement 98
7.2 Vývoj product placementu 98
7.3 Product placement v počítačových hrách 99
7.4 Legislativní rámec PP 101
7.5 Experiential marketing 101

8. KAPITOLA: GUERILLOVÝ MARKETING 107
8.1 Guerilla marketing 108
8.2 Nástroje guerilla marketingu 110
8.3 Legislativa pro guerilla marketing 113

9. KAPITOLA: DALŠÍ DŮLEŽITÉ SMĚRY MARKETINGU VE 21. STOLETÍ 119
9.1 Inbound a outbound marketing 120
9.2 Direct marketing 121
9.3 Sociální marketing 123
9.4 Event marketing 123
9.5 Další progresivní směry marketingu 124

Vzorový test 130
Glosář 133
Literatura 136