

# OBSAH

---

ÚVOD .....	7
<b>I. KAPITOLA</b>	
<b>REKLAMA JE TÝMOVÁ PRÁCE .....</b>	<b>9</b>
1 Textař a jeho partneři .....	10
2 Obraz a slovo .....	10
<b>II. KAPITOLA</b>	
<b>CHARAKTERISTIKA REKLAMNÍHO TEXTU .....</b>	<b>13</b>
<b>III. KAPITOLA</b>	
<b>KDY VZNIKÁ DOBRÝ REKLAMNÍ TEXT .....</b>	<b>17</b>
4 Subjektivní podmínky vzniku dobrého reklamního textu .....	17
Objektivní podmínky .....	18
Objektivně-subjektivní podmínky .....	21
<b>IV. KAPITOLA</b>	
<b>JAK VZNIKÁ DOBRÝ REKLAMNÍ TEXT .....</b>	<b>23</b>
2 Co musí reklamní text zachovávat .....	23
Čeho se reklamní text musí vyvarovat .....	28
Humor v reklamním textu .....	30
<b>V. KAPITOLA</b>	
<b>TEXTOVÉ SOUČÁSTI CORPORATE IDENTITY .....</b>	<b>33</b>
3 Co nemá jméno, jako by nebylo .....	34
Dejte mi dobrý slogan a já pohnu zeměkoulí .....	41
<b>VI. KAPITOLA</b>	
<b>TEXT NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH REKLAMNÍCH PROSTŘEDKŮ .....</b>	<b>57</b>
Reklamní tiskoviny .....	57
5 Leták .....	57
Prospekt .....	59
Katalog .....	59
Firemní kalendáře .....	60
Inzerát .....	62
Titulek (headline) .....	64
Hlavní text (copy) .....	66
Závěr inzerátu (claim) .....	69
Kupony .....	69
Inzertní seriály .....	70

Zvuková reklama .....	71
Audiovizuální reklama .....	75
Námět .....	76
Literární scénář .....	79
Druhy audiovizuální reklamy .....	82
Venkovní reklama .....	83
Reklama na místě prodeje .....	85
Direct mail .....	89
<b>VII. KAPITOLA</b>	
<b>TEXTOVÁ PŘÍPRAVA EXPOZICE NA VÝSTAVĚ</b> .....	93
Libreto je grunt .....	95
Scénář expozice .....	101
Pozvání a poděkování .....	108
<b>VIII. KAPITOLA</b>	
<b>REKLAMNÍ TEXTAŘ A PUBLIC RELATIONS</b> .....	113
Firemní brožura .....	113
Tisková zpráva (press release) .....	114
PR článek .....	116
<b>ZÁVĚR</b> .....	117
<b>LITERATURA</b> .....	119