

OBSAH

Slovo úvodem.....	5
HISTORIE A SOUČASNOST MARKETINGOVÉHO MANAGEMENTU.....	9
Vývoj reklamních kampaní IKEA.....	11
<i>Lucie Holíková</i>	
Podpora prodeje.....	25
<i>Barbora Davidová</i>	
Výzkum efektivity nástrojů reklamní kampaně na prodej služeb firmy Auto Unger, s.r.o.	40
<i>Helena Schmiedová</i>	
Šíření informace v sociálních sítích	64
<i>Markéta Štáková</i>	
Porovnání volební kampaně Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga	81
<i>Barbora Davidová</i>	
PŮSOBNÍ MEDIÁLNÍCH TEXTŮ NA PUBLIKUM A ETICKÝ ROZMĚR MARKETINGOVÝCH KOMUNIKACÍ	113
Genderové role v televizní reklamě	115
<i>Regina Feiferliková, Blanka Kovandová, Ivana Tichá, Zuzana Topková</i>	
Vliv fiktivního násilí na děti (horory, detektivky, pohádky, počítačové hry).....	140
<i>Helena Schmiedová, Jitka Urubová, Radka Evjáková, Věra Ondrová, Michal Hubáček</i>	
Problematika povinného očkování dětí	161
<i>Lenka Horáková, Petr Adam, Eva Lhoťanová, Dan Petrucha</i>	

ANALÝZA A INTERPRETACE REKLAMNÍCH TEXTŮ....175

Kulturní transfer mezi oblastí umělecké tvorby a reklamní tvorbou: Socha Venuše Mélské a reklamní spot Bud Light (Případová studie).....177

Alice Junková

Kulturní transfer mezi oblastí umělecké tvorby a reklamní tvorbou: Biblický příběh o Adamovi a Evě, zpracovaný ve výtvarném umění Albrechta Dürera, a jeho přenos do reklamního spotu na produkt Cide(r) Poděbradka202

Eva Lhoťanová

**Analýza a interpretace obálky knihy George Ritzera
Mcdonaldizace společnosti.....220**

Alžběta Kubišová