

Obsah

Úvod	5
1. Marketingové komunikace a média	7
1.1 Marketingové a komerční komunikace	7
1.2 Média a mediální mix	13
1.2.1 Členění médií	14
1.3 Mediální ukazatele	17
2. Masová média	19
2.1 Televize	19
2.1.1 Parametry televize z hlediska reklamy	20
2.1.2 Klady a zápory televize jako média reklamy	26
2.1.2.1 Cena výroby TV spotu a reklamních vysílacích časů, způsob jejich prodeje.....	31
2.1.2.2 Výzkum sledovanosti televize a další výzkumy	34
2.2 Rozhlas	36
2.2.1 Parametry rozhlasu z hlediska reklamy	40
2.2.2 Klady a zápory rozhlasu jako média reklamy.....	50
2.2.2.1 Cena výroby rozhlasových spotů a ceny vysílacích časů v rozhlasu	55
2.2.2.2 Výzkum poslechnovosti rozhlasu a další výzkumy	56
2.3 Tisk	58
2.3.1 Parametry tisku z hlediska reklamy	62
2.3.2 Klady a zápory tisku jako média reklamy	67
2.3.2.1 Ceny obchodní inzerce v tisku	72
2.3.2.2 Výzkum čtenosti tisku a další výzkumy.....	75
Seznam použité literatury	78
Seznam tabulek	80
Seznam příloh	81

Česko televize. Naše televize má nyní v nabídce době 4 základní televizní programy (CT 1, CT 2, CT 3 a CT 4) a dále 12 speciálních programů (CT 5, CT 6, CT 7, CT 8, CT 9, CT 10, CT 11, CT 12, CT 13, CT 14, CT 15 a CT 16). Na rozhlasovém trhu se v průběhu vývoje objevily také nové mediální skupiny (například rozhlasové stanice VOX, Nova alfa atd.). Obecně z trhu tisku zmizely například týdeníky jako například Metropolitán, Večerka, Český rozhlas Super atd. I přesto uvedené problémy lze považovat mediální trh v České republice za stabilizovaný a dynamicky se rozvíjející.

V současné době se stále více na našem trhu uplatňují tzv. New media poznamenaná novými technologiemi, které se projeví v blízké budoucnosti. Mezi nová média patří internet a digitální televize. V současné době mají licenci na experimentální vysílání digitálního signálu společnosti Czech Digital Group a České radiokomunikace. V praxi to znamená, že bylo zahájeno pokusné šíření digitálního televizního signálu České televize, která v této oblasti hraje aktivní roli. Na televizním trhu bude postupně nahrazena analogová televize digitální terestriální televizí (DTB-TV). Předpokládá se, že k úplnému přechodu na digitální televizní vysílání dojde v roce 2012 při využití 12ti multiplexů. U kabelových televizí dochází k jejich dalšímu rozšiřování. Na mediálním trhu se velmi výrazně a obrovskou dynamikou profiluje internet, který má před sebou ještě velkou budou-