

## OBSAH

<b>1</b>	<b>CHARAKTERISTIKA KOMUNIKÁCIE A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE .....</b>	<b>7</b>
1.1	PODSTATA KOMUNIKÁCIE A KOMUNIKAČNÝ PROCES .....	7
1.2	FORMY KOMUNIKÁCIE.....	9
1.3	MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....	10
1.4	TVORBA KOMUNIKAČNÉHO MIXU.....	11
1.5	KOMUNIKAČNÝ MIX .....	12
1.5.1	<i>Reklama</i> .....	13
1.5.2	<i>Osobný predaj</i> .....	14
1.5.3	<i>Public relations</i> .....	14
1.5.4	<i>Podpora predaja</i> .....	16
1.5.5	<i>Priamy marketing (direct marketing)</i> .....	19
<b>2</b>	<b>INTERNETOVÁ MARKETGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....</b>	<b>23</b>
<b>3</b>	<b>EVENT MARKETING.....</b>	<b>45</b>
3.1	ZÁKLADNÉ TYPY EVENT MARKETINGU .....	46
3.2	ZÁKLADNÝ POSTUP PŘI EVENT MARKETINGU .....	49
3.3	PRÍKLADY EVENT MARKETINGU .....	50
<b>4</b>	<b>GUERILLA MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....</b>	<b>59</b>
4.1	GUERILLA MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....	59
4.2	JAKO REALIZOVAŤ GUERILLA MARKETINGOVÚ KOMUNIKÁCIU .....	60
4.3	JAKO EFEKTÍVNE POSTUPOVAŤ PŘI OSLOVOVANÍ ZÁKAZNÍKA PROSTREDNÍCTVOM GUERILLA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE .....	64
4.4	PRÍKLADY GUERILLA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE.....	69
4.5	NÁSTROJE GUERILLA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE.....	72
4.6	ZÁVER.....	82
<b>5</b>	<b>AMBUSH MARKETING.....</b>	<b>85</b>
5.1	AMBUSH MARKETING – TEORETICKÉ VYMEDZENIE .....	85
5.2	PODOBY AMBUSH MARKETINGU .....	85
5.3	ZÁKLADNÉ STRATÉGIE AMBUSH MARKETINGU.....	86
5.4	PRÍKLADY POUŽITIA AMBUSH MARKETINGU VO SVETE.....	87
5.5	PRÍKLAD POUŽITIA AMBUSH MARKETINGU V PODMIENKACH SR.....	89
5.6	ROK 2008 A AMBUSH MARKETING.....	94
5.7	OLYMPIJSKÉ HRY A MARKETING.....	101
5.7.1	<i>TOP program Medzinárodného olympijského výboru</i> .....	102
5.8	ZÁVER.....	104
<b>6</b>	<b>INTEGROVANÁ KOMUNIKÁCIA.....</b>	<b>107</b>
6.1	KOMUNIKAČNÝ PLÁN .....	110
6.2	MODEL INTEGROVANEJ KOMUNIKÁCIE.....	112