

OBSAH:

Úvod	5
1. Audiovizuální média	6
2. Trocha historie	7
3. Komunikace	9
Účinnost mediální nabídky	10
4. Jazyk audiovizuálních médií	11
5. Publikum	15
6. Reklama	17
Vymezení reklamy v systému marketingových komunikací	17
Reklamní strategie	18
Prostředky a cíle	21
7. Reklama a média	23
Ekonomická sféra	23
Kulturní sféra a životní styl	23
Sociální a politická sféra	24
Ideologie a reklama	24
8. Reklama a přesvědčovací prostředky	25
Recipient a paměť	26
Centra příjmu	28
Recipient a obraz	28
Recipient a barvy	29
9. Reklamní agentury	31
10. Mediální agentury	33
11. Audiovizuální podoby reklamy a propagace	34
Filmová reklama	34
Product placement	36
Off screen	37
Merchandisign	37
Tie-ins	38
Cross-promotion	38
Televizní reklama	38
Sponzorské upoutávky	41
Teleshopping	41
Propagační film	42
Propagandistický film	44
Reklamní pohlednice	47
Out of Home Media	47
Point of Sales	48

	Obrazovky ve výkladních skříních	49
	Internetová reklama	50
12.	Koncepční fáze audiovizuální reklamy	52
	Reklama a zadavatel	52
	Literární vznik reklamy	53
	Reklamní text	56
	Stereotypy	58
	Strategie standardizace a adaptace	59
	Žánrovost- cesta k výrazu spotu	60
13.	Realizační fáze	74
14.	Distribuční fáze	75
15.	Závěr	76
16.	Slovník pojmů	77
17.	Použitá literatura	78