

## Obsah

ÚVODEM.....	5
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	6
1 GRAFIKA JAKO NÁSTROJ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE .....	7
1.1 Základy grafického designu .....	8
1.1.1 5 principů grafického designu.....	8
1.1.2 Typologie grafické práce .....	13
1.2 Vizuální identita značky.....	14
2 PRODUKTOVÁ FOTOGRAFIE .....	18
2.1 Základní principy fotografování.....	19
2.1.1 Typy fotoaparátů a příslušenství.....	19
2.1.2 Čas závěrky, clona a ISO .....	21
2.1.3 Datové formáty fotografií .....	25
2.1.4 Základy kompozice.....	26
2.1.5 Světlo při fotografování .....	28
2.2 Oblasti využití produktové fotografie .....	31
2.2.1 Výrobek.....	31
2.2.2 Služba.....	37
2.2.3 Jídlo.....	38
2.3 Postprodukce produktových fotografií.....	39
2.3.1 Ořezávání fotografie .....	41
2.3.2 Optimalizace světla.....	43
2.3.3 Teplota barvy a filtry .....	45
2.3.4 Odstranění pozadí .....	48
3 VIDEO V KOMERČNÍ KOMUNIKACI.....	52
3.1 Úloha videa v komerční komunikaci a volba médií.....	53
3.1.1 Televizní reklama.....	54
3.1.2 Online video reklama.....	56
3.2 Oblasti využití videa.....	64
3.2.1 Produktová videa .....	64
3.2.2 Firemní videa .....	67
3.2.3 Náborová videa .....	69

4	TVORBA PŘÍSPĚVKŮ NA SOCIÁLNÍ MÉDIA.....	72
4.1	Sociální média.....	72
4.2	Češi a sociální sítě.....	73
4.3	Závěry z analýzy 777 milionů příspěvků na Facebooku.....	73
4.4	Jak na tvorbu příspěvků pro sociální sítě.....	75
4.5	Příspěvky na Facebooku.....	79
4.6	Příklady příspěvků.....	81
4.7	Co u příspěvků měříme?.....	82
4.8	Budování vztahu s fanoušky (zákazníky) - reaktivace.....	85
4.9	Obsahová analýza kampaní.....	88
5	TVORBA REKLAMY DO TIŠTĚNÝCH MÉDIÍ.....	92
5.1	Charakteristika reklamy v tištěných médiích.....	92
5.2	Důvody, proč je tištěná reklama stále účinná.....	94
5.3	Teorie k tvorbě tištěné reklamy.....	94
5.4	Tvorba propagačního a reklamního letáku.....	95
5.5	Rady k tvorbě letáků a printu obecně.....	97
5.6	5 základních kroků pro vytvoření printové reklamy.....	98
5.7	Příklady úspěšných printových reklam.....	100
6	NÁVRH NETRADIČNÍ FORMY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE.....	111
6.1	Vymezení netradičních médií a příklady z praxe.....	111
6.2	Návod na vytvoření ambientní reklamy.....	118
6.3	Obsahový marketing.....	119
	LITERATURA.....	124
	SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY.....	129
	PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	130