

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Hlavný cieľ a parciálne ciele monografie</b> .....	<b>9</b>
<b>2 Metodika práce a metódy skúmania</b> .....	<b>11</b>
<b>3 REPUTAČNÝ KAPITÁL PODNIKU A PERSONÁLNY MARKETING</b> .....	<b>13</b>
3.1 Vymedzenie reputačného kapitálu vo vzťahu ku komunikácii v personálnom marketingu v podniku (communication in personel marketing) a personálnej marketingovej komunikácii podniku (communication of personel marketing) .....	14
3.2 Teoretické zdroje reputačného kapitálu, ich obsah a ciele .....	16
3.3 Faktory ovplyvňujúce tvorbu a udržateľnosť podnikového reputačného kapitálu ...	18
<b>4 IMIDŽ ZAMESTNANCOV A MANAŽÉROV PODNIKU A REPUTAČNÝ KAPITÁL</b> .....	<b>27</b>
4.1 Vymedzenie a zložky imidžu zamestnanca a manažéra podniku .....	27
4.2 Vizitka - navštívenka v imidži zamestnanca a manažéra .....	35
4.3 Telefonovanie a písomná komunikácia v imidži zamestnanca a manažéra .....	38
<b>5 KOMPLEXNÉ MARKETINGOVÉ KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE A ICH MIESTO V REPUTAČNOM KAPITÁLE PODNIKU</b> .....	<b>42</b>
5.1 Imidž podniku (corporate image) a reputačný kapitál podniku .....	42
5.2 Reklama a jej miesto v reputačnom kapitále podniku .....	47
5.3 Výstavy a veľtrhy a ich miesto v reputačnom kapitále podniku .....	52
5.4 Public relations (PR) a ich miesto v reputačnom kapitále podniku .....	54
5.5 Public affairs (PA) a ich miesto v reputačnom kapitále podniku.....	58
5.6 Public hearing – verejné vypočutie a jeho miesto v reputačnom kapitále podniku ...	59
<b>6 PODPORNÉ NÁSTROJE TVORBY REPUTAČNÉHO KAPITÁLU PODNIKU</b> .....	<b>61</b>
6.1 Obchodné raňajky, obed, večera .....	61
6.2 Recepčia.....	62
6.3 Banket.....	62
6.4 Rout .....	63
6.5 Kokteil .....	63
6.6 Čaša vína.....	64
6.7 Páry – oslavy.....	64
6.7.1 Barbecue .....	65
6.7.2 Táboráková páry .....	65
<b>7 LOBING A REPUTAČNÝ KAPITÁL PODNIKU</b> .....	<b>68</b>
7.1 Vymedzenie miesta lobingu v tvorbe reputačného kapitálu podniku .....	68
7.2 Typy a formy lobingu a lobistických kontaktov .....	71
7.3 Lobing a nelegálne komunikačné nástroje ovplyvňovania.....	78
<b>8 EVENT A EVENT MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA A REPUTAČNÝ KAPITÁL PODNIKU</b> .....	<b>80</b>
8.1 Teoretické vymedzenie eventu a event marketingovej komunikácie.....	80
8.2 Typológia event marketingových komunikačných aktivít .....	82
8.3 Event marketingovej komunikácia ako zložka reputačného kapitálu podniku.....	85
8.4 Event marketing v komunikačnom mixe podniku zamernom na zvyšovanie úrovne reputačného kapitálu podniku .....	86
8.5 Vývojové trendy aplikácie event marketingovej komunikácie ako súčasti reputačného kapitálu podniku .....	89
<b>ZÁVER</b> .....	<b>93</b>
<b>LITERATÚRA</b> .....	<b>95</b>