
OBSAH – CONTENTS

GLOBALNÍ OTÁZKY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Změny v ekonomice a kultuře společnosti – změny v komerční a nekomerční marketingové komunikaci

Changes in the economy and culture of society – changes in commercial and non-commercial marketing communication

Doc. PhDr. Dušan Pavlů, CSc. 11

Metódy manipulácie v marketingovej komunikácii

Methods of manipulation in the marketing communication

Prof. PhDr. Štefan Gero, CSc. –Mgr. Katarína Rybárová 17

Něco o světovém výzkumu trhu

Something about the world market research

Ing. JUDr. Stanislav Zahradníček 37

Země jako značky - jak svět vidí svět

Countries as brands – how the world views the world

Ladislav Kopecký 42

Publikum v sieti masmediálnej projekcie

Audience in the net of mass media projection

PhDr. Hana Pravdová, Ph.D. 55

Několik poznámek k pronikání angličtiny do českých reklamních textů

Some notes to the infiltration of English language into the Czech advertising copies

PhDr. Zdeněk Křížek 65

POLITICKÝ MARKETING A KOMUNIKACE

Negativní reklama a negativní kampaně v politickém marketingu – nová forma komunikace s voliči?

Negative advertising and negative campaigns in political marketing – a new form of voter's appeal?

Mgr. Eva Bradová 74

Stratégie politického marketingu so zameraním na volebné kampane politických strán

Strategies of political marketing with fixation on political marketing

PhDr. Barbora Dudášová 87

SPECIFICKÉ OTÁZKY MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE

Marketingová komunikace z regionálního pohledu

Marketing communications from a regional perspective

Doc. Ing. Marie Hesková,CSc., Ing. Viktor Vojtko 94

Využívanie netradičných foriem marketingovej komunikácie na Slovensku

Utilisation of non-traditional forms of marketing communication in Slovakia

Doc. Mgr. Peter Štarchoň, Ph.D. 106

Obchodní pověsti: ústně šířené fámy a marketing <i>Mercantile legends: orally disseminated rumours and marketing</i>	
PhDr. Petr Janeček	112
Nové trendy v marketingové strategii vzdělávacích institucí <i>New trends in marketing strategy of educational institutions</i>	
Ing. Marie Slabá, Doc. Ing. Marie Hesková, CSc.	119
Marketingové komunikace a segment singles <i>Marketing communications and group of singles</i>	
Mgr. Pavla Kotyzová	133
Role event marketingu při dosahování specifických cílů na B2B trzích <i>The event marketing's role by the achievement of specific goals in the B2B area</i>	
Ing. Mgr. Olga Jurášková.....	142
Guerilla marketingová komunikácia – nekonvenčný spôsob k oslovena potenciálnych zákazníkov <i>Guerilla marketing promotion – an unconventional way to potential customers addressing</i>	
Ing. Viliam Lendel	146
Komunikace značek v automobilovém průmyslu <i>Brand communication in the car industry</i>	
Ing. Hana Jahodová, CSc.	157
Fundraising v podmienkach univerzitnej praxe <i>Fundraising in conditions of university practice</i>	
Ing. Jana Nimrichterová	164
Netradičné aplikácie marketingu na internete <i>Nontraditional applications of marketing on the internet</i>	
Ing. Milan Kubina, Ph.D.	171
Komunikace vážné hudby na internetu <i>Communication of classical music on internet</i>	
Ing. Mgr. Radim Bačuvčík.....	176
Udržitelný rozvoj sponzoringu v komunikační agentuře na fmk UTB ve Zlíně <i>Continual development sponsoring in communication agency Faculty of multimedia communications Tomas Bata University in Zlin</i>	
Ing. Eva Šviráková, Ph.D.	182
Z novinek odborné literatury – stojí za to si přečíst <i>New titles in specialized literature – worth reading</i>	
Doc. PhDr. Dušan Pavlů, CSc.	189