

OBSAH

1	ÚVOD.....	6
2	SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY.....	9
1.1	Komunikační mix a nové metody.....	10
1.1.1	Event marketing.....	10
1.1.2	Digitální marketing.....	11
1.1.3	Mobilní marketing.....	11
1.1.4	Virový (virální) marketing.....	12
1.1.5	Guerilla marketing.....	12
1.1.6	Product placement.....	13
1.1.7	Cílové skupiny.....	14
1.1.8	Média.....	15
1.2	Teoretická východiska práce.....	15
2	CÍLE A HYPOTÉZY PRÁCE.....	17
2.1	Cíle disertační práce.....	17
2.2	Hypotézy disertační práce.....	19
3	METODY A POSTUPY POUŽITÉ PŘI ZPRACOVÁNÍ DISERTAČNÍ PRÁCE.....	21
3.1	Metody využité v disertační práci.....	21
3.2	Postupy použité při zpracování disertační práce.....	22
4	PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE.....	23
4.1	Přínosy pro vědu.....	23
4.2	Přínosy pro praxi.....	23
4.3	Přínosy pro pedagogickou praxi.....	24
5	NÁSTIN DALŠÍHO POKRAČOVÁNÍ PRÁCE.....	25
6	ZÁVĚR.....	26
7	LITERATURA.....	27
8	SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA.....	30
9	CV AUTORA.....	31