

O B S A H :

str.:

ÚVOD.....	5
I. MÍSTO REKLAMY V ČESKÉ SPOLEČNOSTI V ROCE 1994.....	6
II. CO JE A CO NENÍ REKLAMA.....	8
III. MARKETINGOVÝ MIX A VZTAHY MEZI JEHO ČÁSTMI.....	9
IV. STUPNĚ K REKLAMNÍMU ÚSPĚCHU.....	11
V. FÁZE REKLAMNÍHO PROCESU.....	13
VI. PRŮBĚH REKLAMNÍHO PROCESU.....	15
VII. TYPY REKLAMY.....	17
VIII. TŘI POHLEDY NA REKLAMU.....	18
IX. STRATEGICKÉ PRVKY REKLAMNÍ KAMPAŇE.....	21
X. ZÁSADY TVORBY REKLAMNÍCH PROSTŘEDKŮ.....	29
XI. REKLAMNÍ AGENTURY.....	31
XII. REKLAMNÍ PROSTŘEDKY A MÉDIA.....	33
ZÁVĚR.....	42
SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY.....	43