

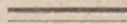
Část úvodní.

Jedná o distribučním a odbytovém problému kap. I.

Nastiňuje vývoj reklamy kap. II.

Vysvětluje, co jest to obchodní reklama
a její oprávnění v hospodaření kap. III.

Zmiňuje se o metodách, jimiž obchodní re-
klama pracuje kap. IV,



ČÁST PRVÁ.

Nežli obchodník přikročí k provádění reklamy, jest třeba, aby měl určitý plán, co chce prováděti a jak to prováděti. Plán není možný bez znalosti fakt. Ta musí býti získána předběžným vyšetřením trhu, které možno rozdělit:

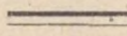
Vyšetření zboží	kap. I.
Vyšetření jeho kupců	kap. II.
Vyšetření konkurence	kap. III.
Vyšetření odbytových systémů	kap. IV.
Vyšetření prodejních způsobů a odbytové organizace	kap. V.
Pak teprve může obchodník rozhodnouti o přidělu potřebných peněz	kap. VI.

Všechny tyto rozbory není ovšem třeba prováděti v každém jednotlivém případě.

ČÁST DRUHÁ.

Jest částí stěžejní. Jedná o tom, jaký jest nejvhodnější obsah reklamy a jak má býti upravena. Nelze dobře rozdělití obsah a formu, neboť oboje pracuje zároveň. Pojednáme:

- O apelech vůbec kap. I.
- O druzích apelů a způsobech apelování . kap. II.
- O funkcích reklamy kap. III,
- O složkách jednotlivých reklam kap. IV.
- O napsání reklamy kap. V,



ČÁST TŘETÍ.

O reklamních prostředcích.

- O reklamních prostředcích vůbec kap. I.
Reklama insertní kap. II,
Reklama na místech veřejně přístupných . kap. III,
Reklama přímá. kap. IV,
Různé jiné prostředky kap. V,
-

ČÁST ČTVRTÁ.

- Reklamní plán a reklamní kampaň . . . kap. I.
Reklama obchodů v drobném kap. II.
Reklama obchodů na poštovní objednávku . kap. III.
Vývozní reklama kap. IV,
Reklamní kanceláře a reklamní poradci . . kap. V.
-

OBSAH

<i>Úvodem</i>	5
<i>Část úvodní</i>	7
Distribuční a odbytový problém	9
Vývoj reklamy	17
Co jest obchodní reklama a její oprávnění	37
Metody obchodní reklamy a rozvrh jejího studia	61
<i>Část první</i>	73
Vyšetření zboží	75
Vyšetření kupců zboží	85
Vyšetření konkurence	92
Odbytové systémy	96
Prodejní způsoby a odbytová organisace	103
Příděl peněz	108
<i>Část druhá</i>	113
O apelech vůbec	115
Druhy apelů a způsob apelování	125
O reklamních funkcích	147

O složkách jednotlivých reklam	174
Napsání reklamy	227
<i>Část třetí</i>	245
O reklamních prostředcích vůbec	247
Insertní reklama	255
Reklama na veřejně přístupných místech	276
Přímá reklama	293
Různé formy reklam	314
<i>Část čtvrtá</i>	321
Reklamní plán a reklamní kampaň	323
Reklama obchodu v drobném	329
Reklama obchodů na poštovní objednávku	342
Vývozní reklama	348
Reklamní kanceláře a reklamní poradci	354
Přehled reklamní literatury	364
Věcný rejstřík	377