

OBSAH

ÚVOD.....	3	1.10 SOCIÁLNA REKLAMA AKTUÁLNEJŠIA AKO AKTUÁLNA.....	98
ČASŤ PRVÁ: REKLAMA TEORETICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE		1.11 TYPOLOGIA ČLENENIA NÁSTROJOV MK	105
1. REKLAMA, PROPAGÁCIA, MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA	10	1.12 QUO VADIS ADVERTISING....	113
1.1 PROPAGÁCIA A REKLAMA	12	2. REKLAMA A TRADIČNÉ MÉDIÁ	119
1.2 REKLAMA, PROPAGÁCIA, ČI MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA, ALEBO ČO S VÝRAZOM PROMOTION?	25	2.1 KOMUNIKÁCIA, MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA, MÉDIÁ	120
1.3 REKLAMA A JEJ PRÍBUZNÉ AKTIVITY	37	2.2 REKLAMA V PERIODICKEJ TLAČI.....	121
1.4 REKLAMA A PUBLIC RELATIONS	52	2.3 REKLAMA V ROZHLASOVOM VYSIELANÍ	136
1.5 REKLAMA A ŽURNALISTIKA	56	2.4 AUDIOVIZUÁLNE PROPAGAČNÉ PROSTRIEDKY.....	145
1.6 REKLAMA A UMENIE	58	ČASŤ DRUHÁ: REKLAMA HISTORICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE	
1.7 PRINCÍPY A FUNKCIE REKLAMY	60	1. REKLAMA V RETROSPEKTÍVE HISTÓRIE.....	161
1.8 REKLAMA AKO DRUH KOMUNIKÁCIE.....	72	1.1 ODRAZ REKLAMY V EPOCHÁCH LUDSTVA.....	161
1.9 POSTAVENIE REKLAMY V BUDÚCNOSTI	85	1.2 HISTÓRIA AMERICKEJ REKLAMY	170
		1.3 REKLAMA V RUSKU.....	181

2. HISTÓRIA REKLAMY NA ÚZEMÍ ČESKOSLOVENSKA 188	1.1 Z HISTÓRIE ETIKY 228
2.1 „PRAVEK REKLAMY“ NA NAŠOM ÚZEMÍ..... 188	1.2 ETIKA A MORÁLKA 230
2.2 OD STREDOVEKU K VZNIKU ČESKOSLOVENSKA..... 190	1.3 ETIKA A PRÁVO 231
2.3 ČESKOSLOVENSKÁ REKLAMA V ROKOCH 1918 – 1948..... 191	1.4 ETIKA A PODNIKANIE..... 232
2.4 REKLAMA A PROPAGÁCIA V ČESKOSLOVENSKU V ROKOCH 1948 – 1989..... 195	1.5 ETIKA A MARKETING..... 232
2.5 ZNOVUZRODENIE ČESKOSLOVENSKEJ REKLAMY PO ROKU 1989 201	1.6 ETIKA A REKLAMA 234
3. FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY..... 215	1.7 ETICKÝ ROZMER PROCESU SAMOREGULÁCIE 236
3.1 ČESKOSLOVENSKÉ FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY 216	1.8 ZÁKLADNÉ PRINCÍPY ETIKY Z POHLADU ETICKÝCH KÓDEXOV 236
3.2 MEDZINÁRODNÉ FESTIVALY REKLAMNEJ TVORBY 219	1.9 ETICKÉ ZÁSADY REKLAMY A PR..... 239
ČASŤ TRETIA: REKLAMA ETICKÉ ASPEKTY REKLAMY A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE	1.10 ĎALŠIE OBLASTI MK A ETIKA..... 241
1. ETIKA V OBLASTI PODNIKANIA, MARKETINGU A REKLAMY..... 227	2. RADA PRE REKLAMU 244
	2.1 VZNIK A CHARAKTERISTIKA RADY PRE REKLAMU 244
	2.2 ZÁKLADNÁ NÁPLŇ ČINNOSTI RADY PRE REKLAMU 245
	2.3 ORGÁNY RADY PRE REKLAMU..... 246
	2.4 ARBITRÁŽNA KOMISIA RADY PRE REKLAMU 248
	3. ETICKÉ ZÁSADY REKLAMNEJ PRAXE V ČR A SR..... 249

3.1 ÚVODNÉ USTANOVENIA.....	250	2.1 ZÁKLADNÉ SFÉRY KREATIVITY.....	332
3.2 VŠEOBECNÉ ZÁSADY REKLAMNEJ PRAXE	255	2.2 DRUHY KREATIVITY.....	336
3.3 OSOBITNÉ POŽIADAVKY NA REKLAMU	272	3. TVORBA REKLAMNÝCH TITULKOV, SLOGANOV, NÁZVOV	340
3.4 PROBLÉMOVÉ PRODUKTY ...	285	3.1 KREATÍVNE POSTUPY	340
4. UNITED COLORS OF BENETTON ALEBO CAUSA BENETTON.....	304	3.2 TITULKY – SLOGANY – NÁZVY	344
4.1 ZROD LEGENDY	304	ZOZNAM BIOGRAFICKÝCH ODKAZOV	375
4.2 OD UNITED COLORS PO TROJUHLNÍK OF BENETTON	306	ČASŤ PIATA/FAREBNÁ PRÍLOHA: REKLAMA - ADVERTRIKY TRIKY V REKLAME A MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII.....	382
4.3 VERDIKT.....	311		

ČASŤ ŠTVRTÁ:

REKLAMA

KREATÍVNE ASPEKTY TVORBY REKLAMNÝCH
TITULKOV, SLOGANOV, NÁZVOV...

1. ZÁKLADNÁ CHARAKTERISTIKA KREATIVITY	321
1.1 POJEM A DEFINÍCIA KREATIVITY.....	321
1.2 ZÁKLADNÉ RYSY KREATIVITY.....	324
2. DRUHY A OBLASTI KREATIVITY	332