

## OBSAH

ÚVOD .....	6
<b>1 MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....</b>	<b>7</b>
<b>2 INTEGROVANÁ MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA .....</b>	<b>11</b>
2.1 CIELE.....	13
2.2 ROZPOČET .....	14
2.3 ČASOVÝ HARMONOGRAM .....	16
2.4 HODNOTENIE EFEKTIVITY .....	18
<b>3 MARKETINGOVÝ MIX.....</b>	<b>20</b>
<b>4 SEGMENTÁCIA .....</b>	<b>23</b>
<b>5 KOMUNIKAČNÝ MIX.....</b>	<b>28</b>
5.1 KOMUNIKAČNÉ KANÁLY .....	28
5.1.1 Tradičné médiá .....	28
5.1.2 Interaktívne médiá.....	32
5.2 KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE.....	36
5.2.1 Reklama .....	37
5.2.2 Podpora predaja.....	42
5.2.3 Publicita – Public relations .....	49
5.2.4 Direct marketing – Priamy marketing.....	51
5.2.5 Osobný predaj.....	52
5.2.6 Sponzorstvo .....	54
5.2.7 Event marketing .....	56
5.2.8 POS/POP .....	59
5.2.9 Guerilla marketing .....	61
5.2.10 Webová stránka .....	72
5.2.11 E-mail marketing .....	72
5.2.12 SEM – Marketing internetových vyhľadávačov .....	73
5.2.13 SEO – Optimalizácia pre vyhľadávače .....	74
5.2.14 PPC – Pay-per-click.....	74
5.2.15 Webová analytika.....	75
5.2.16 Webináre a online eventy .....	75
5.2.17 Obsahový marketing .....	77
5.2.18 Copywriting .....	77
5.2.19 Video marketing .....	77
5.2.20 Influencer marketing.....	78
5.2.21 Affiliate marketing.....	79
5.2.22 Riadenie vzťahov so zákazníkmi (CRM).....	79
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY .....</b>	<b>81</b>