

DĚJINY A TEORIE REKLAMY maturitní okruhy 2021/2022

Definice pojmu reklama, její účel; reklama a sféry ekonomiky.
Corporate culture.

Počátky reklamy v USA – etapy vývoje od 18. století do současnosti.
Internetová reklama – vynález média, způsoby využití, výhody i nevýhody.

Propagační (marketingové) techniky – souhrn.
Reklama v televizi – vynález média, důsledky pro reklamu atd.

Světový plakát.
Počátky reklamy v českých zemích do roku 1948 – fenomén Baťa atd.

Reklama v rozhlasu – vynález média, způsoby využití, výhody i nevýhody.
Public relations – formy, význam v současném světě, související fenomén lobbyingu.

Corporate identity – souhrn (produkt, značka, corporate design, corporate culture).
Merchandising jako marketingová a propagační technika.

Struktura reklamní agentury s plnými službami.
Teorie AIDA.

Sponzoring - principy fungování, odlišnosti od klasické reklamy, výhody i nevýhody.
ATL, BTL a TTL reklama – komunikační mix.

Proces komunikace – Shannonův model - souvislost se světem reklamy.
Sales promotion - principy fungování, výhody i nevýhody.

Vztah pojmů marketing, propagace, reklama. Analýza SWOT a reklamní praxe.
Reklama a tisk - nástup média, způsoby využití, výhody i nevýhody.

Osobnosti reklamy: G. Gallup.
Významné reklamní kampaně současnosti i minulosti.

Světové výstavy 19. – 21. století.
Direct marketing – principy fungování, výhody i nevýhody.

Rada pro reklamu, Etický kodex reklamní praxe, – odlišnosti od právní regulace.
Alternativní reklama (gerila, virál atd.) - principy fungování, výhody i nevýhody.

Psychologické principy v reklamě – přesvědčování recipienta.
Soutěže EFFIE a ADC Awards – rozdíly v zaměření, principy fungování.

Český plakát - A. Mucha a další tvůrci.

Benefit – pojem v kontextu reklamy, jeho význam, příklady z praxe.

Situace na reklamním trhu v ČR (největší zadavatelé, aktuální trendy atd.).

Marketingový mix, komunikační mix (principy 4P – 6P, 4C, 6M atd.).

Cílová skupina – způsoby určování, důležitost pro reklamu.

Reklama v kontextu historie lidské komunikace – přehled od vynálezu písma po internet.

Osobnosti reklamy: David Ogilvy.

Instore reklama – tradiční i inovované formy.

Osobnosti reklamy: O. Toscani.

Expo 58 a jiné důležité prezentace našeho státu.

Trendy marketingových komunikací současnosti – možnosti sociálních sítí atd.

Právní regulace reklamy.

Příprava reklamní kampaně.

Reklama v ČR po roce 1989

Hodnocení účinnosti reklamy – metoda DAGMAR, testy recall a recognize atd.

Product placement - definice pojmu, rozdíl mezi TV a „feature film“ PP, význam

Propaganda - forma politické reklamy, pojmy ideologie a demagogie

Corporate design – firemní barevnost, tvorba loga

Tištěná reklama – druhy, porovnání s jinými druhy propagace

Reklama v českých zemích mezi lety 1948 až 1989

Role reklamy v současném světě (pozitiva i negativa)

Reklama a film - vynález média, způsoby využití, výhody i nevýhody