

OBSAH

PREDHOVOR	7
ÚVOD	9
1 VÝCHODISKÁ A PODSTATA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE	11
1.1 Teória komunikácie.....	12
1.2 Komunikačný proces.....	16
1.3 Marketingová komunikácia.....	23
1.3.1 Formy marketingovej komunikácie	27
1.3.2 Nástroje marketingovej komunikácie a komunikačný mix	30
1.3.3 Ciele, úlohy a stratégia marketingovej komunikácie.....	42
2 CESTA K ÚSPEŠNEJ MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCII PODNIKOV	53
2.1 Účinná a efektívna marketingová komunikácia.....	55
2.1.1 Hodnotenie efektov marketingovej komunikácie	60
2.1.2 Meranie efektivity vybraných nástrojov marketingovej komunikácie.....	72
2.2 Integrovaná marketingová komunikácia	83
2.3 Marketingová komunikácia 21. storočia	88
3 MAREKTINGOVÁ KOMUNIKÁCIA PODNIKOV SLUŽIEB	91
3.1 Postavenie a funkcie služieb v ekonomike	91
3.2 Vymedzenie služieb a osobitostí sféry služieb	95
3.3 Marketingový prístup podnikov služieb.....	101
3.4 Osobitosti marketingovej komunikácie podnikov služieb.....	106
4 STRETÉGIA MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE PODNIKOV SLUŽIEB	110
4.1 Stanovenie cieľov marketingovej komunikácie.....	112
4.2 Rozhodnutie o komunikovanej správe a komunikačnom mixe	115
4.3 Tvorba mediálneho mixu	118
4.4 Tvorba rozpočtu na marketingovú komunikáciu	123

4.5	Realizácia a hodnotenie marketingovej komunikácie	129
5	MARKETINGOVÁ KOMUNIKÁCIA PODNIKOV SLUŽIEB NA SLOVENSKU	133
5.1	Prieskum marketingovej komunikácie podnikov cestovného ruchu	134
5.1.1	Základné východiská prieskumu	134
5.1.2	Výsledky a závery prieskumu	136
5.2	Súčasný stav a vývojové tendencie v marketingovej komunikácii podnikov služieb.....	145
6	PRÍPADOVÉ ŠTÚDIE	149
6.1	Komunikačná stratégia vhodná pre rezort obrany	149
6.2	Komunikačný mix podniku cestovného ruchu	153
6.3	Mediálna kampaň súkromného zariadenia sociálnych služieb pre seniorov	159
6.4	Meranie dopadu online kampaní Poštovej banky	164
	ZÁVER.....	166
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	168
	ZOZNAM OBRÁZKOV, GRAFOV A TABULIEK.....	180