

TARTALOM

Bevezető	5
I. KOMMUNIKÁCIÓ ÉS MARKETINGKOMMUNIKÁCIÓ	7
1. A kommunikáció folyamata	7
2. A kommunikáció fajtái	11
3. Marketingkommunikáció	16
Összefoglaló feladatok	19
II. A REKLÁM	22
1. Mi a reklám?	22
2. A reklám története és fejlődése	23
3. A reklámok csoportosítása	26
4. A reklám hatásmechanizmusa (Az AIDA-modell)	29
5. A vállalati reklámcélok	31
Összefoglaló feladatok	33
III. REKLÁMESZKÖZÖK ÉS REKLÁMHORDOZÓK	35
1. A reklámeszköz és a reklámhordozó fogalma, szerepe	35
2. Vizuális reklámeszközök I. A nyomtatott reklám	37
3. Vizuális reklámeszközök II. A közterületi reklámok	43
4. Auditív reklámeszközök. Rádió, webrádió	46
5. Audiovizuális reklámeszközök I. A reklámfilm	48
6. Audiovizuális reklámeszközök II. Online lehetőségek	51
7. Az ATL- és BTL-eszközök	56
8. A legfontosabb BTL-eszközök jellemzői	58
Összefoglaló feladatok	66
IV. A REKLÁM TERVEZÉSE, SZERVEZÉSE	68
1. A reklámtervezés fogalma, lépései	68
2. Az „5 M” módszer	69
3. Médiaválasztás, médiaterv	72
4. A reklámkampány lebonyolítása	75
5. A reklámpiac szereplői és feladataik	76
Összefoglaló feladatok	78
V. KÖZÖNSÉGGAPCSOLATOK (PUBLIC RELATIONS, PR)	80
1. A PR fogalma és jellemzői	80
2. A külső PR feladata és eszközei	81
3. A belső PR feladata és eszközei	87
Összefoglaló feladatok	90

VI. AZ ELADÁSÖSZTÖNZÉS (SALES PROMOTION, SP)	91
1. Az eladásösztönzés fogalma, céljai	91
2. Az eladásösztönzés bevezetésének és alkalmazásának jellemzői és formái ..	93
3. Az eladásösztönzés eszközei	96
Összefoglaló feladatok	101
VII. A SZEMÉLYES ELADÁS (PERSONAL SELLING, PS)	103
1. A személyes eladás fogalma, jellemzői és formái	103
2. Az értékesítővel szemben támasztott követelmények	106
3. Az eladási magatartás és az értékesítési mód kapcsolata	109
Összefoglaló feladatok	111
VIII. AZ IMÁZS ÉS AZ EGYEDI ARCULAT	112
1. Az imázs fogalma, fajtái	112
2. Az egységes vállalati arculat (Corporate identity, CI)	114
3. Az arculat formai elemei	118
Összefoglaló feladatok	123
IX. EGYÉB PIACBEFOLYÁSOLÓ ESZKÖZÖK	124
1. Minőség és márka	124
2. A márkanevek csoportjai	127
3. A márka tartalma és a márkaépítés	129
4. A védjegy	131
5. A csomagolás	133
6. Az ügyfélszolgálat	134
7. Az ügyfélszolgálat fajtái	136
Összefoglaló feladatok	139
AJÁNLOTT IRODALOM	140
AZ ÉRETTSÉGIHEZ SZÜKSÉGES FOGALMAK JEGYZÉKE	141