

Reklama I.



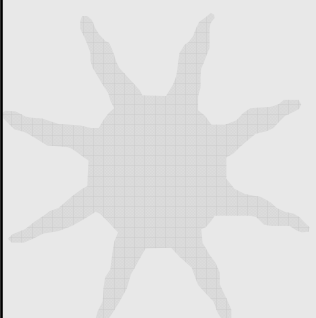
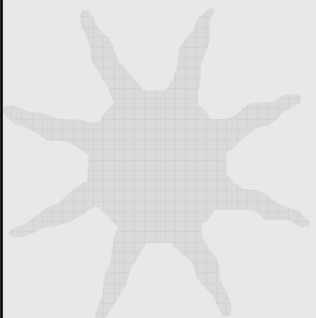
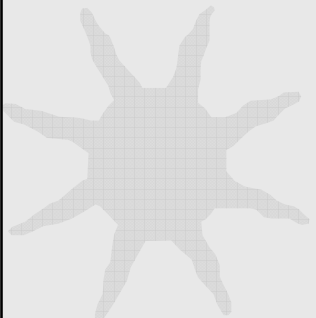
Historie

- ★ **Abúsír - Mumie princezny 5. dynastie**
- ★ **Babylon – podomní obchodníci**
- ★ **Théby**
- ★ **Pompeje**
- ★ **starověk – pouliční vyvolávači**
- ★ **vznik cechů**
- ★ **Gutenbergův vynález knihtisku r. 1455**



USA – 18. a 19. století

- ★ 1704 – Boston News Letter
- ★ 1715 – daň na reklamy v Británii
- ★ 1729 – Philadelphia Gazette (Benjamin Franklin)
- ★ 1833 – The New York Sun
- ★ 1855 – The New York Ledger (Robert Bonner)





Barnumská reklama

= klamavá reklama

Phineas Taylor Barnum

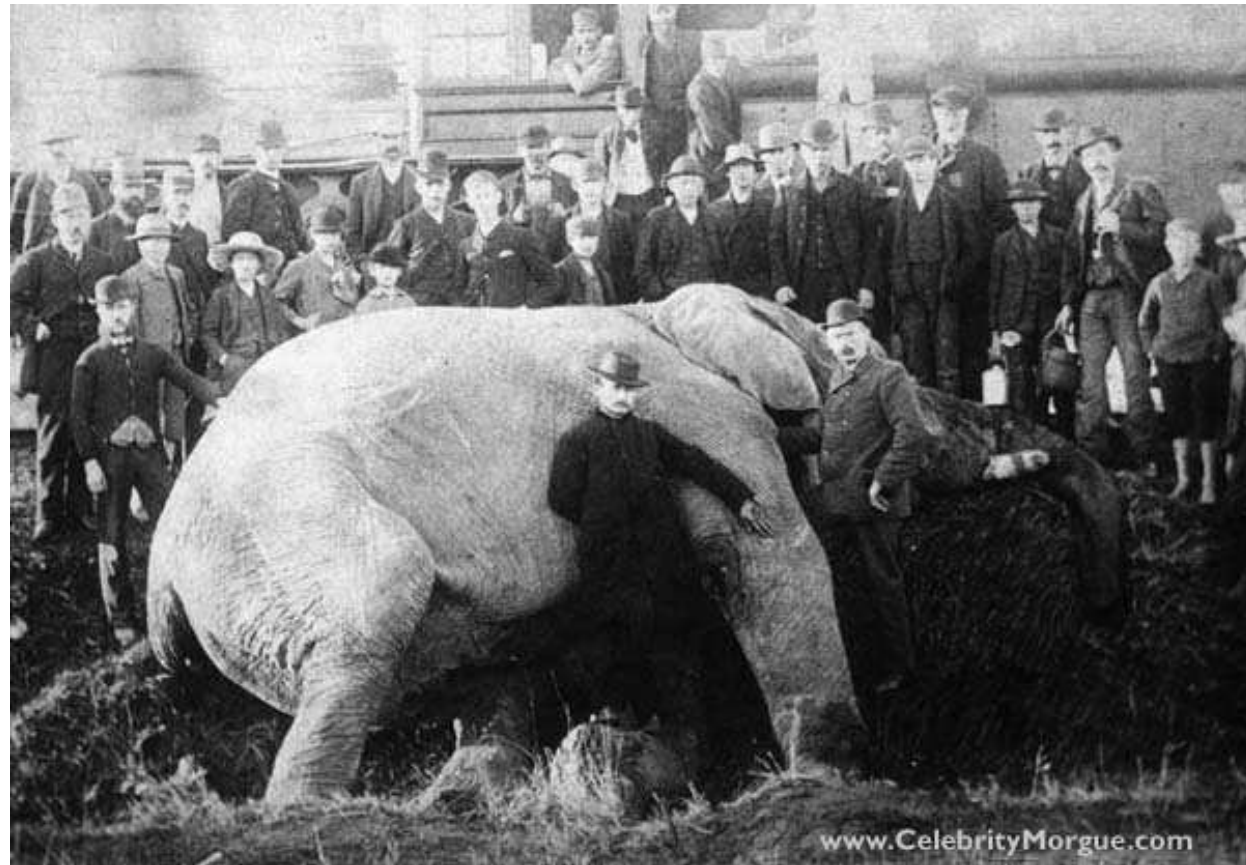
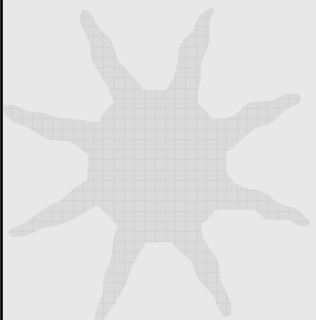
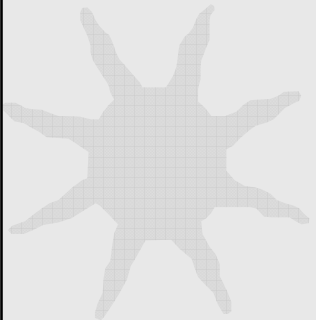
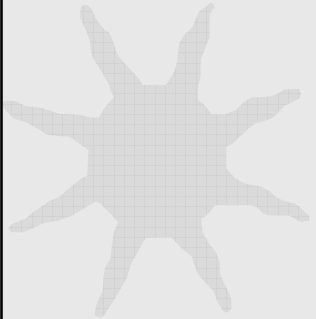
„Teď nebo nikdy.“

„Každou minutu se narodí jeden hlupák, který uvěří čemukoliv, co je dostatečně přesvědčivě prezentováno.“





Slon Jumbo



Čistá voda pro každého, i tak by se dal pojmenovat nový Projekt EU Aquamarin, který se nyní zařadí po bok jiných významných programů na zlepšení ekologických podmínek u nás (např. PHARE), a jehož realizací byl pověřen zahradní a bazénový specialista Mounfield.

V rámci tohoto projektu připravoval do ČR z evropských „ekologických“ prostředků mimořádný finanční příspěvek ve výši 1 miliónu EURO (cca 31 mil. Kč), který je výslovně určen na 20 % snížení běžných cen nadzemních a zapuštěných bazénů. Těch bazénů, které splňují přísné normy EU a všechny další požadavky na zajištění zdravé rekreační vody ke koupání. Není totiž tajemstvím, a všichni si toho i Zoráva Evropské komise, že kvalita vod

cena s příspěvkem
od: 4.292 Kč
cena bez příspěvku
od: 5.365 Kč

- 3,66 x 0,92 objem 9.000 lt
- 4,58 x 0,92 objem 15.000 lt
- 4,58 x 1,07 objem 17.000 lt



Projekt EU Aquamarin

30 miliónů pro české zahrady

cena s příspěvkem
od: 14.760 Kč
cena bez příspěvku
od: 18.450 Kč

- 5,5 x 1,2 objem 28.000 lt
- 5,5 x 3,7 x 1,2 objem 21.000 lt
- 7,3 x 3,7 x 1,2 objem 29.000 lt



ceny zapuštěných bazénů
s příspěvkem od: 58.779 Kč



www.mounfield.cz

v našich rybnících, řekách a koupalištích pořád není dobrá (vyšelý alegr, kožních onemocnění atd.).

„Jsem jediná česká firma, která splnila podmínky přídělu finančních prostředků v rámci Projektu EU Aquamarin. Cílem je, za maximálně výhodných podmínek a co největším počtu rodin, umístiti našim prostřednictvím využití právě na čistou vodu v oblasti rekreace a volného času“, říká Ing. Roman Malý, ředitel bazénové divize Mounfield.

Vzhledem k obrovskému zájmu o všechny typy bazénů, který se teď projevil ve všech prodejnách Mounfield, zřejmě lidé zmíněných 31 miliónů v podobě 20 procentního snížení cen bazénů vyčerpají už během prvních 2 - 3 týdnů, soudí Roman Malý.

Významným prvkem Projektu EU Aquamarin je také fakt, že velkoryse podporuje kvalitní a účinné technologie na čištění bazénové vody, konkrétně pískové filtrace. Náspok potlačuje zasažení a neefektivní kartáčové filtrace (tzv. papírky).

Pro ilustraci, například nepopulární nadzemní bazén 300 A (běžná cena je 5.365 korun, ale nyní, kdy je možné čerpat 20% příspěvek stojí pouhých 4.292 korun) v sadě s kvalitní pískovou filtrací (běžně za 10.900 korun) a skimmerem (1.000 korun) stojí nyní nikoliv 17.265 korun, ale pouhých 13.500 korun (viz. horní foto) A to už je málo.

■ Příspěvek na 20 % snížení ceny všech typů nadzemních a zapuštěných bazénů lze nyní díky Projektu EU Aquamarin čerpat v kterémkoliv prodejně a v bazénových centrech Mounfieldu po celé ČR.

Projekt EU Aquamarin
Mounfield



USA – 19. století

★ vznik obchodních domů

★ John Wanamaker

„ Polovinu mého rozpočtu na reklamu vynaložím zbytečně, jen nevím kterou.“

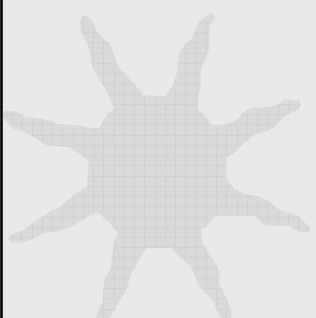
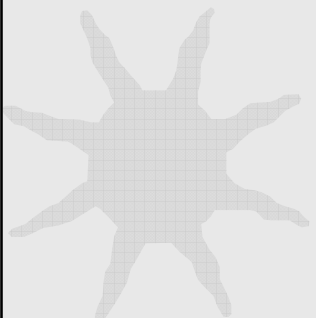
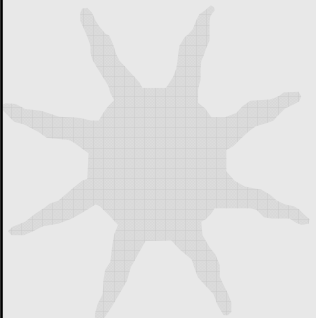
★ reklamní textař Jonh Powers

★ vznik tzv. catch phrases



Metody tvorby reklamních sloganů

- ★ použití rýmu a účinek rýmu
- ★ akronymy
- ★ hra s cizími jazyky
- ★ přirovnání
- ★ gradace
- ★ adresnost
- ★ tykání
- ★ použití slangu
- ★ kontrast
- ★ pokyny a výzvy
- ★ otázky
- ★ přísloví a rčení





USA

- ★ 1841 – The Country Newspaper Advertising Agency (V. B. Palmer)
- ★ Francis Wayland Ayer (N. W. Ayer & Son.)
- ★ 1906 – Pure Food and Drug Act
- ★ 1917 – Americká asociace reklamních agentur
- ★ 20. l. 20. stol. – soap operas



Reklama v Čechách



- ★ 18. stol. – vitríny
- ★ 1636 – pokus o vydávání inzertního časopisu
- ★ v 19. stol. nahrazen pojem reklama pojmem osvěta
- ★ plakát (průkopníky F. Walker, W. Hooper a J. Chéret)
- ★ kampaň na vodku Absolut

[http://www.absolutads.com/gallery/view.php?
letter=A](http://www.absolutads.com/gallery/view.php?letter=A)

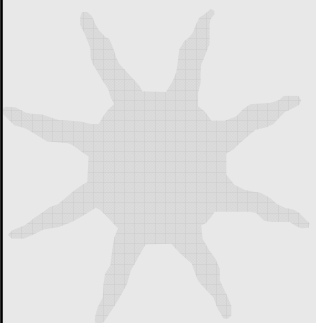
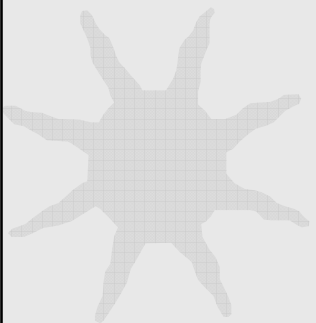
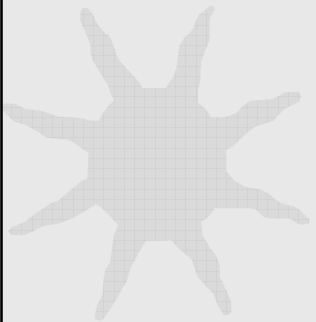


Výtky reklamě

- ★ **imaginární osoba**
- ★ **tvorba mýtu krásy a věčného mládí**
- ★ **stereotypní zobrazování rodových rolí v reklamě**

pohlaví = biologické rozdíly mezi ženským a mužským pohlavím

rod = kulturní konstrukt



„Erotizace“ dívek





Zobrazování ženy

★ mladá, krásná, se skvělou postavou

★ bílá, heterosexuální

★ ze střední nebo vyšší spol. vrstvy

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/sexfemale3.html>

★ někdy zcela nahá

★ někdy se objevuje jen část jejího těla

http://www.rpr.cz/cz/stiznosti/uvod_stiznosti.htm

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/sexfemale2.html>

<http://www.dove.de/>



Zobrazování ženy

★ cílová skupina muži – pasivní

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/submissivefemale3.html>

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/submissivefemale2.html>

★ cílová skupina ženy – starostlivá matka



Zobrazování muže

Zpráva Boys to Men:

★ komik

★ „tvrďák“

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/aggressivemale2.html>

★ „osobnost“

<http://gladstone.uoregon.edu/~pingle1/sexmale2.html>

★ „velký šéf“

★ „hrdina“

HRA
CRAZYGIRLS





Soutěže

★ **Louskáček**

<http://www.adc-czech.cz/main.php?id=2034>

★ **Zlatá Pecka**

<http://www.zlatapecka.cz/cz/index.php>

★ **Zlatý štoček**

http://www.uvdt.cz/zlaty_stocek.htm

★ **Zlatá pavučina**

<http://www.zlata-pavucina.cz>

★ **EFFIE**

<http://www.effie.cz/>



Regulace v letech 2001-2002

- ★ autorský zákon
- ★ zákon o ochraně osobních údajů
- ★ tiskový zákon
- ★ Obchodní zákoník
- ★ Občanský zákoník
- ★ zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání
- ★ novela zákona o regulaci reklamy



Asociace

★ Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA)

<http://www.acra-mk.cz/>

★ Asociace komunikačních agentur (AKA)

<http://www.aka.cz>

★ Rada pro reklamu (RPR)

http://www.rpr.cz/cz/uvod_cz.htm



Použité zdroje I.

Mimo zdroje uvedené v prezentaci

- ★ SKARLANTOVÁ, P. Reklama jako komunikační prostředek - Zdroj informací a dezinformací, dostupné na http://web.ff.cuni.cz/~jedlickp/kurzy/DP_reklama.pdf
- ★ <http://www.televize.cz/2003037/01675885.htm>
- ★ http://www.mpo.cz/xqw/webdav/-UTF8-/dms_mpo/getPublicFile/771/836/Obchodni_zakonik.htm
- ★ <http://www.barnum-museum.org/orig/html/jumbo.html>
- ★ http://www.media-awareness.ca/francais/enjeux/stereotypes/femmes_filles/index.cfm



Použité zdroje II.

- ★ <http://ezine-tips.com/articles/resources/20010808.shtml>
- ★ <http://www.geocities.com/Heartland/4547/wanamaker.html>
- ★ <http://www.archives.cz/karvina/SOkA%20vystavy/Plakat.htm>
- ★ <http://www.rengl.cz/towin.en/pplochy/hplakatovani.hp3>
- ★ <http://www.absolutads.com/gallery/view.php?news=7&lang=cz>