**Propagace a její využití v marketingové praxi**

**PRACOVNÍ LISTY**

Propagace je …………………………………………………………………………………….

…………………………………………………………………………………………………...

Složky komunikačního mixu:

Hlavním cílem propagace je ……………………………………………………………………

Schéma strategie B2B a B2C:

Výhody a nevýhody B2B: …

Výhody a nevýhody B2C: …

Motivační nástroje podpory prodeje:

* …
* …
* …
* …
* …
* …
* …
* …

Public relations je ……………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………..

Reklama je ……………………………………………………………………………………..

………………………………………………………………………………………………….

Komunikační model AIDA:

Schéma komunikačního modelu:

Formy přímého marketingu: ……………………………………………………………………

Základní funkce reklamy:

* …
* …
* …

Jaké jsou výhody exteriérových médií?........................................................................................