

Sadržaj

PREDGOVOR	7
UVOD	9

PROMOCIJA I OGLAŠAVANJE

1 PROPAGANDA I REKLAMA	17
2 ELEMENTI MARKETING MIKSA	27
3 SREDSTVA TRŽIŠNOG KOMUNICIRANJA	32
4 PROMOCIJA I MARKETING: OBIM I CILJEVI	38

TELEVIZIJA KAO MEDIJ

1 MOĆ TV MEDIJA	53
Specifičnosti TV medija	53
Propagandna moć	56
Realizam u funkciji reklame	57
2 OSOBENOSTI TELEVIZIJSKOG MEDIJA	59
Artizam direktnog prenosa	60
Direktna televizija	61
TV dokumentarnost	62
Odnos prema TV	63
3 TELEVIZIJSKO OGLAŠAVANJE	65
Prednosti TV oglašavanja	65
Nedostaci i mane TV oglašavanja	67
4 OBLICI TELEVIZIJSKOG OGLAŠAVANJA	69

Info-reklame i TV shop	69
Sajamske TV reklame-reportaže	73
Reklamni film namenjen TV emitovanju	76
Muzički TV spotovi	76
Samopromcija televizije i TV mreža - spotovi i identifikatori	79

TV SPOT

1 IZVORI ZA RAZVOJ TV SPOTA	85
2 TV SPOT IZMEĐU PROPAGANDNOG I REKLAMNOG FILMA	89
3 TV SPOT I POLITIČKI MARKETING	92
4 STRUKTURA TV SPOTA	95
Vizuelni nivo TV spota	96
Režija	96
Montaža	97
Akeri (glumci)	97
Scenografija, kostim i specijalni efekti	98
Zvučna komponenta	98
Tekstualna poruka	99
Najvažnije forme (modeli) TV reklame	100
Animirana reklama	104
Igrana reklama	103
"Komična" reklama	104
Reklama "demonstracija"	102
Reklama "isečak iz života"	101
Reklama "problemi i rešenja"	101
Reklama "svedočanstvo"	102
Retorička reklama	100
5 JEZIK I DEJSTVO TV SPOTA	106

REALIZACIJA PROPAGANDNE KAMPANJE

I MEDIJA PLANIRANJE	118
Medija planiranje i mediji	118
Komunikacioni sistem	120
Mediji kao nosioci propagande	120
Strategija medija planiranja	121
Definisanje adekvatnih medijskih rešenja	122
Definisanje marketing problema	121
Prevođenje marketing zahteva na konkretne komunikacijske ciljeve	122
Ciljevi propagande	123
Ciljevi medija plana - marketing ciljevi	124
Izbor primarnog ili sekundarnog medija	127
Medija kalendar i izbor konkretnih sredstava u okviru odabranih medija	129

KAKO SE TV OGLAŠAVANJEM PRAVI ROBNA MARKA

1 POZICIONIRANJE BRENDA	136
2 FAKTORI STVARANJA ROBNE MARKE	141
Izbor imena robne marke	141
Najčešća sredstva za stvaranje identiteta	143
Boja	146
Karakteristična reč	143
Linija izmišljenih pozitivnih priča	146
Simboli i logotipi	146
Slogan	144
Razvijene robne marke i put do stvaranja brenda	147
Brend i reklama	149

TV SPOTOWI U SRBIJI 2004-2005.

1	KLASIFIKACIJA EMITOVANIH TVSPOTOVA	155
2	ISTRAŽIVANJA	168
	Informacije o tržištu	168
	Informacije o kupcu	168
3	REZULTATI ISTRAŽIVANJA GLEDANOSTI	174
4	ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA	176
5	NAJČEŠĆI MODELI TV SPOTA	191
	Storyboard: "Planinski vrh - Jelen pivo"	202
6	UTICAJ SVETSKIH TV SPOTOVA	219
7	ETIČNOST I UTICAJ TV REKLAME	223
8	TVRDNJE O REKLAMAMA	228
9	BUDUĆNOST TV REKLAMA	231

ZAVRŠNA RAZMATRANJA

	REZIME	243
	PRILOG 1	248
	Kalendar pronalazaka i događaja, Televizija	248
	PRILOG 2	259
	Medija planiranje: Leksikon pojmova u medija planu	259
	Dostupnost - doseg (Reach)	259
	Gledanost - Rejting (Ratings)	260
	GRP's (Gross Rating Point)	260
	Kontinuitet (Continuity)	263
	Termini oglašavanja	262
	Trošak dostupnosti (dosega) hiljadu pripadnika ciljne grupe (CPM)	261
	Učestalost (Frequency)	260
	PRILOG 3	264

Uslovi i način oglašavanja	264
1. Uslovi za oglašavanje	264
2. Način oglašavanja	266
PRILOG 4	274
MEDIJI ISPOD I IZNAD LINIJE	274
IZVOD IZ RECENZIJJE	279
SUMMARY	283
LITERATURA	286