

ČTVRTEK 21. 11. 2024

8:30–9:00

Příchod a registrace

9:00–9:10

KAREL KSANDR,
generální ředitel Národního technického muzea
Přivítání účastníků konference

9:10–9:30

EDUARD KUBŮ – BARBORA ŠTOLLEOVÁ:
Úvodní referát

BLOK: REKLAMA – JEJÍ VÝRAZOVÉ PROSTŘEDKY A PROSTORY

9:30–12:10

I. SPECIFICKÉ REKLAMNÍ NÁSTROJE A PROSTORY

DUŠAN PAVLŮ:

Reklamní poradny-reklamní agentury: nový nástroj efektivní reklamy 1. poloviny 20. století v Československu

ONDŘEJ ŠTĚPÁNEK:

Liberecké výstavní trhy pohledem reklamního působení (1956–1988)

ANDREA VEVERKOVÁ:

Módní přehlídka – nástroj propagace krejčovských salonů v českých zemích v první polovině 20. století

10:15–10:35

káva

VÁCLAV VALÁŠEK:

Fotodokumentace výkladních skříní v meziválečném Československu. Analýza časopisu Typ (1927–1937)

JAKUB KUNERT:

Finanční listy. Odborný národohospodářský týdeník nebo nástroj marketingové komunikace Živnostenské banky pro Čechy a Moravu v Praze?

KLÁRA FABIANKOVÁ – JAN ŠTEMBERK –
IVAN JAKUBEC:

Železnice jako prostor pro reklamu (1918–1938)

BARBORA ŠTOLLEOVÁ:

Hravá reklama. Spotřebitelské soutěže na stránkách periodického tisku jako nástroj propagace/zvýšení odbytu československých firem mezi světovými válkami

Diskuse

12:10–13:30

přestávka na oběd

13:30–15:15

II. REKLAMA JAKO KALKUL S IDENTITOU ZÁKAZNÍKA

PETR JEŘÁBEK:

Hra s identitou zákazníka. Reklama na rychloobrátkové zboží v meziválečném Československu

EDUARD KUBŮ – JIŘÍ ŠOUŠA:

Propagace válečných půjček Živnostenskou bankou za Velké války

ĽUDOVÍT HALLON – MIROSLAV SABOL:

Reklama v službách propagandy Slovenského štátu 1939–1945

HELENA KUNCOVÁ:

Žena jako subjekt a cílový objekt reklamy na kozmetiku a módní tovar v meziválečném Československu

LIBOR ZAJÍC:

Regionální motivy v pivní reklamě od 2. poloviny 20. století do současnosti

Diskuse

Mezinárodní
vědecká konference

OD POČÁTKŮ REKLAMY

k modernímu marketingu

Průzkum trhu a odbytové strategie firem ve střední Evropě od druhé poloviny 19. století do počátku 21. století

21. – 22. listopadu 2024
Národní technické muzeum,
Kostelní 42, Praha 7

Pořadatelé:
Národní technické muzeum
Ústav hospodářských a sociálních dějin Filozofické fakulty Univerzity Karlovy



FILOZOFICKÁ FAKULTA
Univerzita Karlova

15:15–15:35

káva

15:35–17:20

III. UMĚNÍ A UMĚLCI VE SLUŽBÁCH REKLAMY

LUCIE VLČKOVÁ:

Družstevní práce & Krásná jizba – Reklama ve službách knižní kultury, designu a životního stylu

MILOŠ HOŘEJŠ:

Miroslav Sutnar (1902–1987) a reklama pro firmu Jawa v letech 1933–1943

LUKÁŠ KOPECKÝ:

Jaroslav Fabinger (1899–1942) – šéf propagace strakonické Zbrojovky

PAVEL MUCHKA:

Reklamní strategie českých nakladatelských firem v druhé polovině 19. století

TOMÁŠ JELÍNEK:

Studio IRE-Film a počátky filmové reklamy v době první republiky

Diskuse

18:00 – 20:00

společenský večer v prostorách NTM

PÁTEK 22. 11. 2024

9:00–9:15

ROMAN HOLEC:

K začiatkom, metódam a zdrojom reklamy slovenských podnikov pred rokom 1918

BLOK: REKLAMA – KOMPONENTA FIREMNÍ STRATEGIE

9:15–10:45

I. FIRMA BAŤA – VZOR PROFESIONALIZACE FIREMNÍ REKLAMY V MEZIVÁLEČNÉM ČESKOSLOVENSKU

ZDENĚK POKLUDA:

Formy baťovské reklamy ve veřejném prostoru (1910–1940)

JAN HERMAN – MILAN BALABAN:

Průkopníci reklamy: Příběh Baťova reklamního a propagačního oddělení v meziválečném období

SVATOPLUK HERC – MARTIN JEMELKA

VOJTĚCH KESSLER – ONDŘEJ ŠEVEČEK:

„Boty dělaj člověka.“ Reklama v obuvnické branži za první světové války

LUKÁŠ PELUNĚK:

Vizuální reklama Baťových závodů v kontextu českého výtvarného umění první poloviny 20. století

Diskuse

10:45–11:05

káva

11:05–12:45

II. REKLAMNÍ STRATEGIE OPTIKOU OBORU/PRODUKTU

MARCELA EFMERTO VÁ:

Reklama elektrotechnických firem v médiích mezi válkami

MARTIN HRTUS:

Reklama na elektrospotřebiče v československé tlači v 30. letech 20. století

PROKOP JANDEK:

Propagace a reklama v široce kartelizovaném odvětví průmyslových hnojiv

LENKA VRCHOTOVÁ:

„Nejdokonalejší hospodárnosti docílíte pomocí neomylných strojových spolupracovníků!“

Reklama na kancelářskou techniku v letech 1918–1938

ŠÁRKA JANOTOVÁ:

Kouřit Lípy znamená kouřit líp. Presentace produktů a výroby státního podniku Československý tabákový průmysl, národní podnik

Diskuse

12:45–14:00

přestávka na oběd

14:00–16:00

III. REKLAMNÍ STRATEGIE OPTIKOU FIRMY

TOMÁŠ OKURKA:

Firma Schicht na cestě k moderní reklamě

HANA KRÁLOVÁ:

Marketingové strategie firmy Waldes a spol.

JAN SLAVÍČEK:

Družstevní podnikání a reklama v letech první republiky

RASTISLAV MOLDA:

Marketing a reklama ružomberských podnikov na prelome 19. a 20. storočia. Príklad Bryndziarne Petra Makovického

JOZEF PAVLOV:

Marketing predaja bryndze a syrov v 1. polovici 20. storočia na príklade rodinných podnikov Vagačovcov, Molecovcov a Wittmannovcov

DANIEL KYSELKA:

Elektrotechnická továrna, a. s. a reklama v letech 1920–1951

Diskuse

16:00–16:20

káva

16:20–16:45

závěrečná diskuse, slovo pořadatelů