



NROS
Nadace rozvoje občanské společnosti

THE VELUX FOUNDATIONS
VILLUM FONDEN ✕ VELUX FONDEN

Jednotný styl firmy



66-52-H/01 Aranžér

Tento učební materiál k závěrečným zkouškám pro studenty středních odborných škol vznikl v rámci projektu Odborné vzdělávání – Cesta k úspěšné budoucnosti, který je realizovaný Nadací rozvoje občanské společnosti (NROS) a dánskou The VELUX Foundations.



Charakteristika



- Je to souhrn všech pozitivních jevů a vlastností, které činí firmu výjimečnou, vyhraněnou, ničím nezaměnitelnou, zejména při prokazování identity.

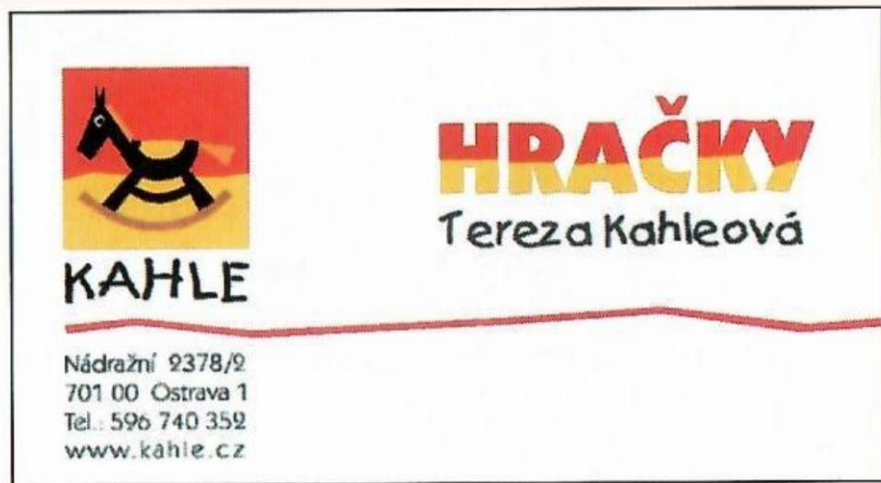


Jednotný styl firmy tvoří



- obchodní název firmy
- nezaměnitelné logo
- firemní barevnost a barevná schémata
- firemní slogany a motta
- firemní symbol či maskot
- firemní žebříček hodnot
- firemní model chování
- firemní kultura
- firemní řád





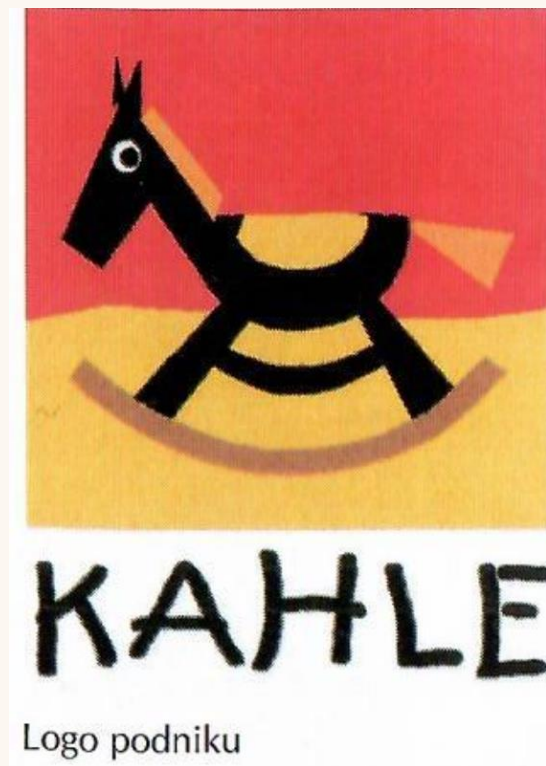
Vizitka

Obr. 1



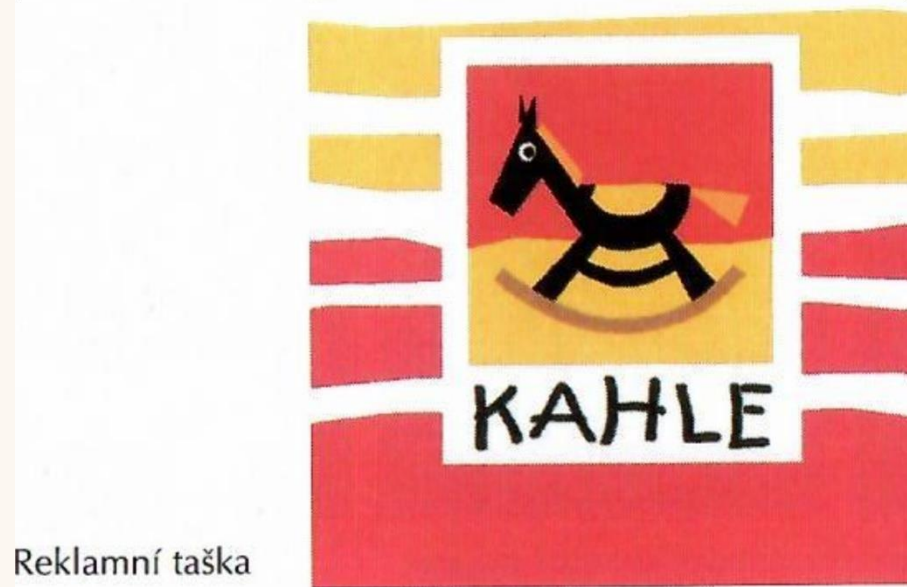
Balicí papír

Obr. 2



Logo podniku

Obr. 3



Reklamní taška

Obr. 4



Základní podmínky úspěšné prezentace



- Prvky prezentace musí být vytvořeny a v rámci firmy přesně stanoveny.
- Musí se používat povinně, soustavně, všude, při každé komunikaci firmy s veřejností.



Tvorba názvu firmy



- Reklamní textař se zabývá dvěma prvky jednotného stylu firmy – názvem firmy a firemním logem.
- Firma se špatným názvem se těžko dostává do povědomí zákazníků, stejně jako špatně pojmenovaný výrobek, který leží dlouho na pultech.



Tvorba názvu firmy



- Název musí být prostý, nejlépe krátký, jednoduchý, libozvučný, obsahově blízký podnikatelskému záměru, dobře zapamatovatelný a vyslovitelný.
- Pokud firma prodává i do zahraničí, mělo by se dbát na to, aby zbytečně neobsahoval interpunkční znaménka (čárky, háčky...).
- Aby byl název dobře vyslovitelný i pro cizince, případně si ověřit, zda název v cizím jazyce neznamena něco hanlivého, neslušného.



Tvorba názvu firmy



- Název musí zaručovat originalitu, jedinečnost.
- Nemůže být použit název, který je již vlastnictvím jiné firmy a neměl by být ani podobný.
- Název může být zkratkou – např. ČEDOK (Česká dopravní kancelář).
- Firma může být pojmenována i po majiteli (např. Baťa).
- Záleží ale na jménu majitele, které nesmí být směšné nebo nějakým způsobem nevhodné. Mohou se použít i jen jména křestní (např. Kadeřnictví Jeny, Drogerie Martina...).



Firemní barevnost



- Firemní barevnost je důležitým komunikačním nástrojem.
- Volba kombinace barev je ovlivněna druhem produktu nebo typem nabízených služeb společností.
- Projevuje se například v jednotném pracovním ošacení, prodejních prostorách, služebních vozech atd.



Příklady firemní barevnosti



Obr. 5. Identita firmy. Zdroj: autor neuveden. *Propagace*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2005. př. 15. ISBN 80-718-2201-9





Vlevo: Plastový stojánek s coca-colou pro gastro zařízení. Vpravo: Vitrína s jídelními a nápojovými lístky.



Vlevo: Světelná výstrč. Uprostřed a vpravo: Prezentační světelné stojany.



Obr. 6,7. Zdroj: Identita firmy, autor neuveden. *Propagace*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2005. př. 15. ISBN 80-718-2201-9





Obr. 8 Zdroj: Znak identity podniku, KAHLEOVÁ, Tereza. *Propagace*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2005. p. 17. ISBN 80-718-2201-9



Propagační prostředky



- plakát
- leták
- prospekt
- katalogy
- inzerát
- vizitky, navštívenka
- reklama v novinách a časopisech
- reklama v TV
- reklama v rozhlase
- billboard
- Internet

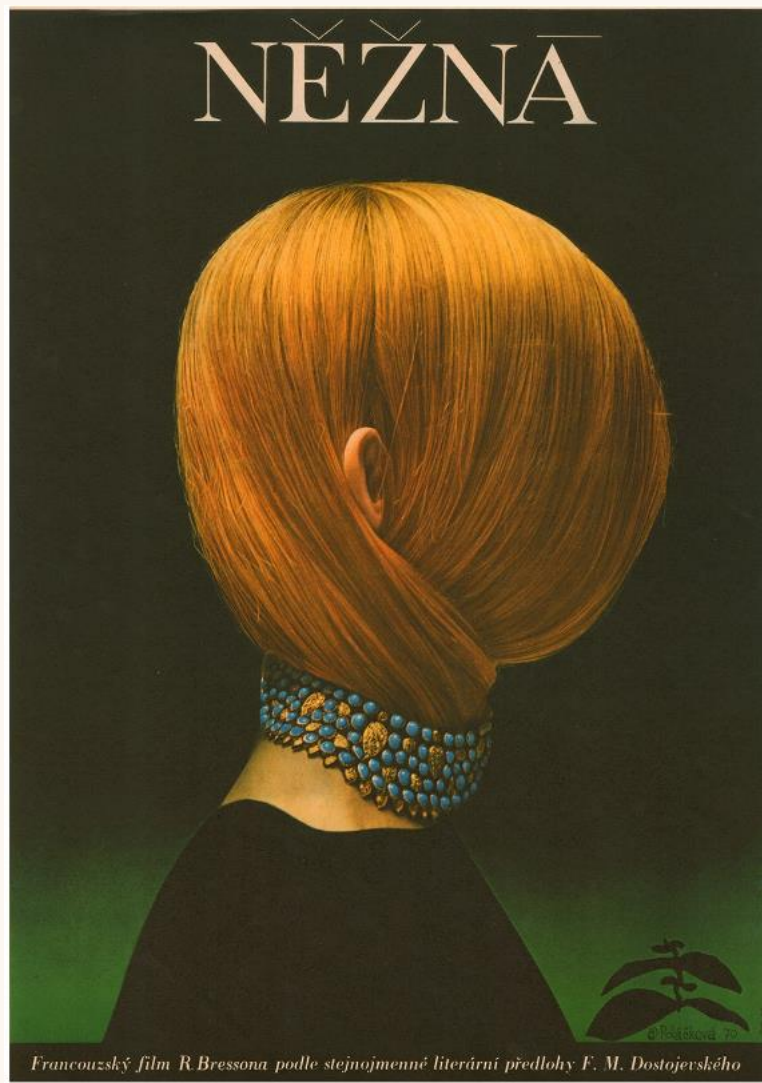


Plakát



- Upoutává pozornost a vyvolává zájem kolemjdoucích.
- Propagační prostředek s časově vymezeným oznámením.
- Vyjádření námětu má být:
 - *stručné, s jednoduchou kresbou nebo výraznou fotografií*
 - *písmo musí odpovídat grafickému pojetí plakátu*
 - *u propagace značky se navazuje na obdobnou úpravu firemních tiskovin*
- Používá se:
 - *u zboží denní a časté potřeby*
 - *u značkového zboží*
 - *jako součást propagačních akcí*





Obr. 9 Zdroj: Plakát k Něžné
 © Zdroj: Aerofilms. Mistnikultura [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://www.mistnikultura.cz/slavy-plakat-k-nezne-se-dockal-autorizovaneho-reprintu-ke-svemu-50-vyroci>

HÁZENÍ KOZLA Z VĚŽE

historická veselice k 835. výročí města Dačice

sobota 21. července 2018

13:00 PRŮVOD OD STÁTNIHO ZÁMKU DAČICE K VĚŽI, HÁZENÍ KOZLA

následuje program v Kancnýřův sadu na Palackého náměstí:

- 14:00 SLAVNOSTNÍ SALVY
- 14:30 GNOMUS hudba
- 15:00 ŠERMÍŘSKÝ SPOLEK HONORATA
- 15:30 FAKÍR S HADEM A BIČI
- 16:00 KEJKLÍŘ
- 16:30 LUCREZIA BORGIA hudba
- 17:00 SOKOLNÍK
- 17:30 TANEČNICE & BUBENÍCI
- 18:00 GNOMUS hudba
- 18:30 ŠERMÍŘSKÝ SPOLEK HONORATA
- 19:00 KEJKLÍŘ
- 19:30 DEVĚTSIL hudba
- 20:00 SOKOLNÍK
- 20:30 LUCREZIA BORGIA hudba
- 21:00 ŠERMÍŘSKÝ SPOLEK HONORATA
- 21:30 DEVĚTSIL hudba
- 22:00 OHNIVÉ VYSTOUPENÍ

dobová řemesla, tržiště, občerstvení zajištěno

TÁBOR - VOJENSKÉ LEŽENÍ hry a soutěže pro děti, interaktivní výstava zbraní, fotokoutek, atd. ...

Vstup volný. Změna programu vyhrazena.

Kulturní dům BESEDA, DS Týl Dačice, TSD, Amigo, Frekvence

Obr. 10 Zdroj: AUTOR
 NEUVEDEN. Besedadace [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://www.besedadace.cz/kulturni-dum/archiv-plakatu/letni-akce-2018-290cs.html#&gid=1&pid=2>

Prázdninové hraní pod Lipkami

sobota 11. 8.
Kancnýřův sad, Dačice

14:00 Zahájení akce
 14:15 Kouzla a čáry Jirky Hadaše
 15:30 Pavel Novák dětem (Písničky, hry a soutěže/Tancujeme s Pavlem)
 17:00 Návštěva mamuta Čendy
 17:15 Kolotoč pohádek - divadelní představení Víti Marčička
 18:00 Ukončení akce

občerstvení zajištěno

Kulturní dům BESEDA, OKNA

Obr. 11 Zdroj: AUTOR
 NEUVEDEN. Besedadace [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://www.besedadace.cz/kulturni-dum/archiv-plakatu/letni-akce-2018-290cs.html#&gid=1&pid=6>

Leták



- Velmi jednoduchý, praktický a účelový reklamní prostředek.
- Vyjádření námětu má být:
 - *text i grafika musí být velmi jednoduché*
 - *svým sdělením musí zaujmout na první pohled*
- Používá se při mimořádné a časově omezené propagaci, jednorázové akci, propagaci jednoho druhu zboží nebo konkrétních služeb.



Kaufland

XXL
Chytrý NÁKUP
PRO CELOU RODINU.
Více na straně 4-15

Moje první volba

5 ks v balení
MILKA
SEDIŤA MILA
SUPER CENA
pouze 46,90

Pistácie pražené, solené
XXL balení
400 g
(=100 g 27,48)
SUPER CENA
pouze 109,90

400 g balení
BRANÍK
Pivo světlé výčepní
2 l PET láhev
(=1 l 15,95)
-28%
44,90
31,90

AKCE
Rajčata Strabena
I. jakost
400 g balení
(=1 kg 124,75)
pouze 49,90

2 l PET láhev
HARMONY
Toaletní papír
XXL Family
3vrstvý
Max. 5 balení
na osobu denně
24 rolí
(=1 role 5,83)
SUPER CENA
pouze 139,90

12 ks v balení
ACTIMEL
CHLAZENÉ POTRAVINY
SUPER CENA
pouze 74,90

AKCE
Mleté maso mix XXL
vopražené, hovězí maso
1 kg balení
cena za 1 kus
149,90
129,90

SUN&SEA
Tuňák
různé druhy
XXL balení
4x80 g
(=100 g 24,97)
SUPER CENA
pouze 79,90

AKCE
ACTIMEL
Jogurtové mléko s L.
casei
různé druhy
12x100 g
(*100 g KC: 6,24/
A: 8,33)
SUPER CENA
pouze 99,90

Obr. 12 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. Akcniceny [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.akcniceny.cz/letak/kaufland-kolin-116509/strana-1>

CZ NÁBYTKÁŘ
www.cznabytkar.cz
Akce platí od 1. 6. 2022 do 30. 6. 2022
nebo do vyprodání zásob

LEON
NOVINKA
-45%
16.660,-
LEON pravý

LÉTO PLNÉ SLEV -40 až 60%

ALCATRAZ
NOVINKA
-45%
26.690,-
ALCATRAZ dřevěná

TWINGO
NOVINKA
-40%
5.980,-

S PAGODIL SI ROZLOŽÍTE PLATBU ZA ZBOŽÍ
NA 10 MĚSÍCŮ A NEPŘEPLÁTÍTE ANI KORUNU*

Obr. 13 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. Cznabytkar [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.cznabytkar.cz/letak/>

ELEKTRO PLANEÓ
BŘEZEN 2010

KAON
Satelitní komplet
KX008 3x3 SKYLINE 48-82
výška: 122 x 18 cm
4.690,-
3.498,-

LCD televizor
LED technika
82 cm
10.998,-
12.990,-

SENCOR
Vysavač
SVC 870 DALLIA
1.398,-

TOSHIBA
LCD televizor
48 cm
4.998,-

Panasonic
Plazmový televizor
FX P42Z20E
107 cm
14.998,-

Haier
Set pračky a sušičky
HW C 1270 + HDY C10
15.998,-
19.998,-

KAŽDÝ MĚSÍC SUPER CENY!

Obr. 14 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. Online-letaky [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <http://www.online-letaky.cz/planeo-elektro/akcni-letak-planeo-elektro-09-03-31-03-2010>

Prospekt



- Podrobnější popis zboží nebo služby.
- Více listů, rozsáhlejší text i větší počet ilustrací.
- Bývá součástí nabízeného zboží nebo služby.



Dostupnost

I přes atraktivní polohu Martinovky v nejvyšší chráněné části Krkonoš je dosažitelnost chaty pro návštěvníky bezproblémová, pouze s přihlednutím k pravidlům pro návštěvníky národního parku.

Skialpinismus

Martinovka leží přímo na 2. skialpinistické oficiálním okruhu ze čtyř lokalizovaných do okolí Spindlerova Mlýna. S dalším bezprostředně sousedí a dva zbyvajících okruhy jsou dosažitelné mírně náročným sjezdem do Spindlerova Mlýna, nebo drobnou úpravou trasy s využitím běžných turistických tras. Úplný seznam krkonošských skialpinistických tras naleznete na <http://www.kmap.cz/popsis-tras/>.

Turistika

Chata je vzdálena pouze 2,5 km od pramene Labe. Zároveň se nachází v 1. chráněné zóně národního parku a v bezprostřední blízkosti státní hranice s Polskem. Na severní části Vysokého kola, na jehož úpatí Martinovka stojí, je k vidění uchvatná scenérie Sněžných jam a blízká turistická tečna je další z řady výhod, kterou ocení návštěvníci Martinovy boudy.

Kontakt

telefon +420 499 422 235
 mobil +420 602 823 767
 e-mail info@martinovka.cz
 facebook https://www.facebook.com/Martinovka
 GPS 50°46'19.289" N, 15°34'31.415" E

Více informací a on-line rezervace na www.martinovka.cz

Obr. 15 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Cmoudik* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <http://www.cmoudik.cz/foto/index.php/2015/Krkono-e-p-echod-30-4--3-5-2015/Martinovka-prospekt>

Zvýhodněný program pro zaměstnance a spolupracovníky UniCredit Group

Vážený zaměstnanec, společník UniCredit Fleet Management pro vás připravila atraktivní nabídku související s provozem vašich soukromých nebo pracovních vozidel. Za zvýhodněných podmínek můžete pořídit pneumatiky, servisní práce nebo výměnu autoklasu.

U jednotlivých podmínek se k čerpání slevy prokážete servisní kartičkou, která je v uvedené UniCredit Fleet Management nebo kartou s vámi sdílené bezplatnou.

Pneumatiky (výše slev, další informace):

Podmínky nákupu	4xFleet	2xFleet
Pneumatiky	80,00%	50,00%
DISKOVÉ	20,00%	10,00%
ALUMIN.	20,00%	10,00%
PLAŠEK	20,00%	10,00%
SLAŠEK	20,00%	10,00%
ČERNÉ PNEUM.	20,00%	10,00%
BRANÍK	20,00%	10,00%
PRÁŠEK	20,00%	10,00%
SEMPRETT	30,00%	15,00%
PRIMO	10,00%	5,00%
ELCROSS	10,00%	5,00%

Autoklas (výše slev, další informace):

Podmínky nákupu	4xFleet	2xFleet
Pneumatiky	80,00%	50,00%
DISKOVÉ	20,00%	10,00%
ALUMIN.	20,00%	10,00%
PLAŠEK	20,00%	10,00%
SLAŠEK	20,00%	10,00%
ČERNÉ PNEUM.	20,00%	10,00%
BRANÍK	20,00%	10,00%
PRÁŠEK	20,00%	10,00%
SEMPRETT	30,00%	15,00%
PRIMO	10,00%	5,00%
ELCROSS	10,00%	5,00%

Výhody: • servisní práce
 • široké sortimenty a flexibilita
 • zónové garance včetně záručních záruk

Obr. 16 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Mcprogress* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://mcprogress.cz/reklamni-prospekt>



Katalog



- Podává stručné, základní informace o celém sortimentu produktů, které prodejce nebo výrobce nabízí.
- Úkolem je:
 - *získat, klienta pro dlouhodobý odběr výrobků*
 - *umožnit rychlou orientaci a usnadnit mu výběr produktů*





Obr. 17 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Cz.avon-brochure* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: https://cz.avon-brochure.com/c06_cz_2022/?rep_id=rep7436143558222



Obr. 18 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Camping-cars-caravans* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.camping-cars-caravans.cz/ccs/katalog-karavany-2021>

Inzerát



- Patří k nejstarším i nejužívanějším propagačním prostředkům.
- Důležitý je výběr periodika vhodného pro inzerci:
 - *rozhodující je náklad novin, časopisu*
 - *periodičnost novin*
 - *umístění na stránce*



FISCHER FLACHDACH GMBH
SPECIALISTA NA PLOCHÉ STŘECHY

Maltitz Nr. 92, 02627 Weißenberg - Německo

Přijmeme muže i ženy, posily pro náš tým v těchto profesích

- **INSTALATÉR • SVÁŘEČ**
- **ZÁMEČNÍK • POKRÝVAČ**

Nabízíme práci ve specializovaném týmu
a to na trvalou pracovní smlouvu.

Kontakt:

bewerbung@fischer-flachdach.de

Telefonicky: +49 358 7648323



HLEDÁME
fyzioterapeuta / fyzioterapeutku
maséra / masérku
osteopata / osteopatku

Pište na e-mail: info@therapiepunkt-oberland.de
nebo písemně na adresu uvedenou níže.

TherapiePunkt Oberland
Centrum pro osteopatii a masáže
Käthe Kollwitz-Str. 2 • 02727 Ebersbach-Neugersdorf
e-mail: info@therapiepunkt-oberland.de
www.therapiepunkt-oberland.de

Tel. 03586/3674016 (také možno na záznamník)

Obr. 20 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Regiorevue* [online].
[cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://regiorevue.cz/2020/08/05/personalni-inzerat-nabidka-prace-v-nemecku>



Obr. 19 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Regiorevue* [online].
[cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://regiorevue.cz/2020/08/14/personalni-inzerat-nabidka-prace-v-nemecku-2>



Obr. 21 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Bazar* [online]. [cit. 18.6.2022].
Dostupný na WWW: <https://www.bazar.cz/xad10488579-casopisy-dieta.aspx>



THE VELUX FOUNDATIONS
WILHELM FONDEN · DE · VELUX FONDEN



Vizitka, navštívenka



- Má funkci kontaktní, předává se při společenských akcích událostech, obchodních setkáních, slouží k propagaci služeb, výrobků.
- Vizitka musí o svém majiteli vzbudit dobrý dojem.





Obr. 22 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Etiketynamed* [online].
[cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://www.etiketynamed.cz/vizitka-4-0-firemni-5-vizitka-4-0-firma/>



Obr. 23 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Weblevio* [online].
[cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW:
<https://www.weblevio.cz/vizitky/vizitka-osobni-univerzalni-zelena-qua-865/>



Reklama v novinách a časopisech



- V novinách a časopisech vychází reklama a inzeráty, které mají normalizované rozměry.
- Používá se střídání textu s reklamou, aby se docílilo toho, že je čtenář nepřehlédne.



Reklama v televizi



- Nejdražší a nejučinnější z hlediska počtu diváku, kteří reklamu sledují.
- Nejagresivnější reklama, protože někdy promlouvá k jiným cílovým skupinám, než ke kterým je určena.



Rozhlasová reklama



- Pohotovější a levnější než televizní, využívá regionální a zájmové zaměření stanic.
- Sdělení je možné několikrát opakovat za přijatelné ceny.



Billboard



- Velká plakátovací reklamní plocha obvykle umístěná poblíž hlavních dopravních cest.
- Na místech, kde se obvykle vyskytuje hodně osob, aby přitáhl pozornost co největšího počtu lidí.
- Jednoduché slogany spolu s výraznými obrazovými prvky.





Obr. 24 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Alamy* [online]. [cit. 18.6.2022].
 Dostupný na WWW: <https://www.alamy.com/stock-photo-mcdonalds-coca-cola-billboard-advertisement-53391481.htm>



Obr. 25 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Agcled* [online]. [cit. 18.6.2022].
 Dostupný na WWW: <https://www.agcled.com/blog/how-to-illuminate-billboard-in-a-right-way.html>



Obr. 26 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Agcled* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.agcled.com/blog/how-to-illuminate-billboard-in-a-right-way.html>

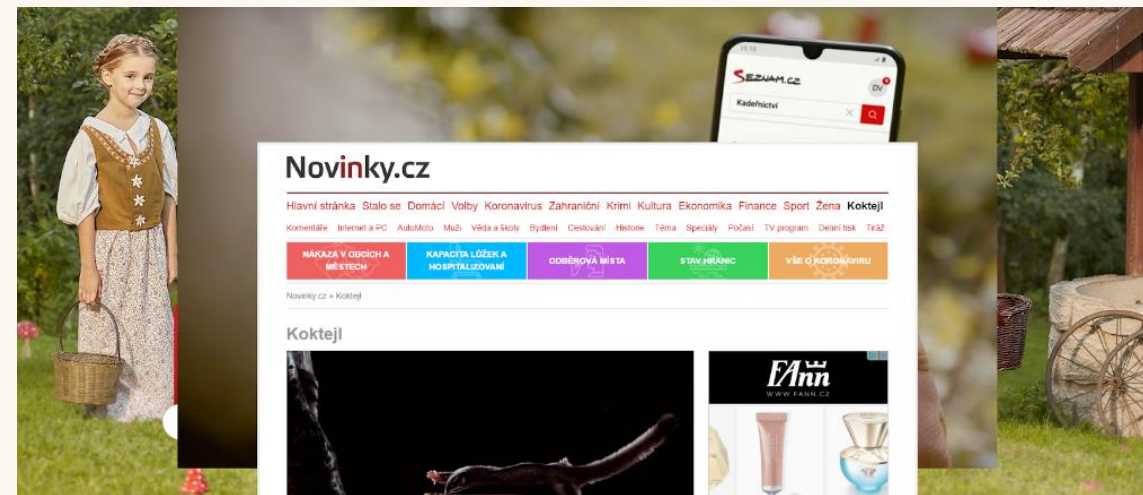
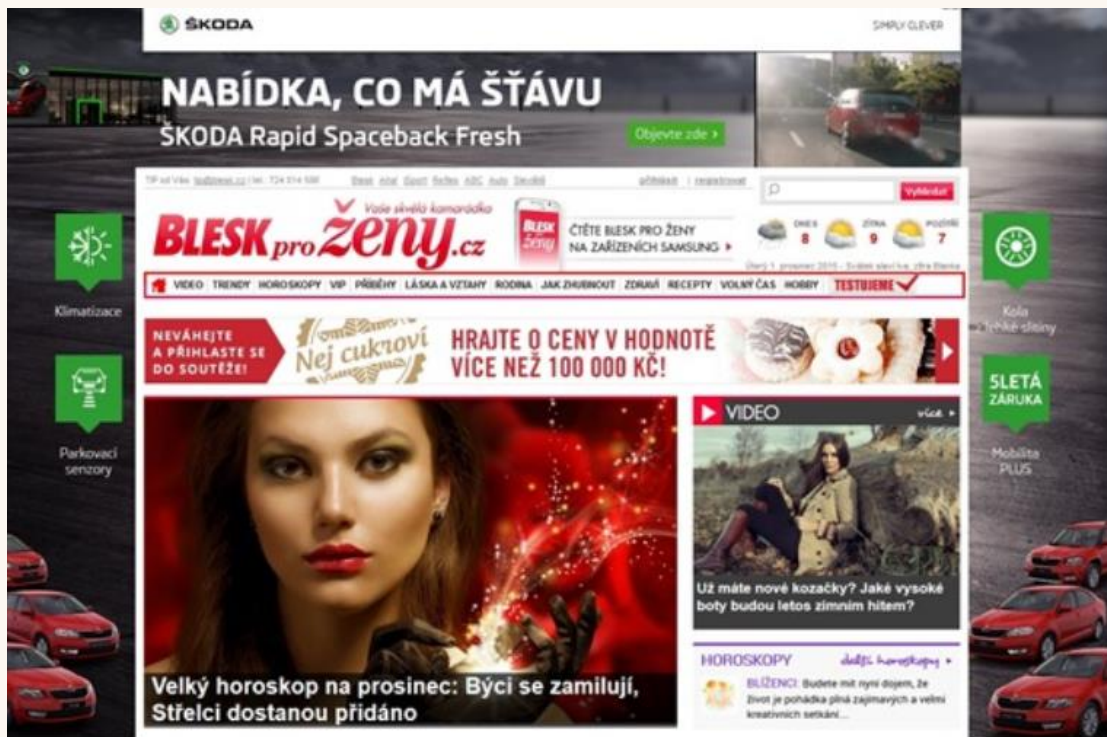


Internet



- Nepřetržitě komunikuje s klienty 24 hodin, získává jednoduše a rychle další trh a nové zákazníky a musí být atraktivní.
- www stránky, e-shop, e-mail, banner, spam.





Obr. 27 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Idnes* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/reklama-na-internetu-roste-rocne-se-v-cr-protoci-miliardy.A160303_901537_mediahub_imp

Obr. 28 Zdroj: AUTOR NEUVEDEN. *Advisio* [online]. [cit. 18.6.2022]. Dostupný na WWW: <https://www.advisio.cz/blog/display-reklama-dobry-sluha-spatny-pan>



Propagace firmy na internetu



- www stránky – profesionálně zpracované, s jednotlivou nabídkou produktů a služeb, jsou nejčastějším a základní PP Internetu.
- Obchod nebo dohodu o něm lze obratem realizovat. Během on-linového kontaktu získáte informace o ceně, zároveň v dalších oknech můžete otevřít nabídku firem konkrétní oblasti a sortimentu, v níž se pohybujete.



Propagace firmy na internetu



- e-shop
 - *internetový obchod je součástí webových stránek, nebo funguje zcela samostatně (např. www.vltava.cz)*
 - *umožňuje nákupy do virtuálního košíku, často rozdělený na sekce – novinky – doporučujeme – výprodej*
- Obsahuje základní informace (jak nakupovat, jak přidávat do objednávky, jak dokončit objednávku), přehled zákazníků, formulář „zeptejte se“, slevové kupóny apod.



Výhody internetu



- možnost koupit nebo nabídnout cokoliv, odkudkoliv
- možno cílit přesněji než v jiných media typech
- není třeba odhadovat, kdy která cílová skupina bude online – reklama uživatele zasáhne ve chvíli, kdy se připojí
- možnost využití velkého množství způsobů oslovení potenciálních zákazníků
- na sociálních sítích je možnost zasáhnout velké množství uživatelů, zacílení reklamy
- shromažďování informací prostřednictvím sociálních sítí
 - *Uživatelé shromažďují a uveřejňují o sobě množství informací, např. věk, pohlaví, rodinný stav, zájmy a jiné.*
 - *Tyto údaje umožňují tvořit specifické cílové skupiny.*



Nevýhody internetu



- délka doručení zboží, nemožnost vyzkoušet
- Internet je komplexní. Vysoké množství služeb, serverů a technologií vyžadují vyšší odbornou znalost než u jiných (tradičních) médií.
- na Internetu je těžké zasáhnout některé cílové skupiny (např. starší občany)
- problémy mohou být i s viditelností bannerové reklamy a také snahy internetových uživatelů vyhnout se internetové reklamě



Vyhledávání zaměstnání



Možnosti získání informací o volných místech



- a) inzerce – v novinách, časopisech, na letácích, vývěskách
- b) vyhledávání nebo zveřejnění nabídek na internetu
- c) tipy od známých a přátel
- d) úřad práce
- e) pracovní agentury



Noviny a webové stránky



- <https://www.uradprace.cz/web/cz/urad-prace-cr>
- <https://www.jobs.cz/>
- <https://www.prace.cz/>



Úkoly a význam úřadů práce



- zprostředkování volných pracovních míst
- poradenství a rekvalifikace
- aktivní politika zaměstnanosti (vytváří nová pracovní místa nebo umožňuje získat zaměstnání v jiném oboru)



Zdroje



- KAPLOVÁ, Františka a Josef TUREK. *Propagace*. Olomouc: Nakladatelství Olomouc, 2005. ISBN 80-718-2201-9
- Wikipedia [online]. [cit. 2022-06-18]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard>
- Mediaguru [online]. [cit. 2022-06-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/typy-medií/internet/vyhody-a-nevyhody-internetove-reklamy/>
- KLÍNSKÝ, Petr, Otto MÜNCH a Danuše CHROMÁ. *Ekonomika: ekonomická a finanční gramotnost pro střední školy*. Praha: Eduko, 2010. ISBN 978-80-87204-21-4.

