

ZUR228: Public Relations

Klient: Studentské Brno

Zpracuje: PRgang

Deadline: 31. března (vlození do odevzdávací skříně)

Minimální rozsah není stanoven, obsáhnout byste však měli vše, co uznáte za vhodné.

Případné dotazy týkající se zadání i informací o klientovi směřujte na e-mail prgang@prgang.com. Více informací o **PRgangu** naleznete na webu www.prgang.com. Další informace o agentuře **Lesensky.cz** najdete na www.lesensky.cz.

Zadání

1. SWOT analýza

Připravte SWOT analýzu pro Studentské Brno. Zamyslete se nad tím, jaké jsou silné a slabé stránky projektu, stejně tak nad hrozbami i příležitostmi.

Výstupem by měla být přehledná tabulka.

2. Konkurence + potenciální partneři

Proveďte rešerši konkurence (nejen v rámci studentských projektů, ale všech možných projektů, které mohou být konkurencí – např. aktivita Dáme na vás). Stejně tak přichystejte seznam možných partnerů, s nimiž by se dala navázat spolupráce (zde se zaměřte na zavedené partnery a také studentské spolky), a uveďte, jak by spolupráce mohla vypadat.

Výstupem by měly být dva obsáhlejší seznamy s odkazy a stručnými informacemi o subjektech i navržená forma spolupráce. Co se týče spolupráce, zaměřte se prosím také na studentské spolky v Brně (zde ideálně připravte jejich kompletní seznam).

3. Formy a nástroje komunikace směrem k obecné veřejnosti

Navrhněte, jakým způsobem a prostřednictvím jakých kanálů by měla komunikace probíhat. Cílem je odpovědět na otázky:

- Které nástroje využijete?
- Jaká bude forma komunikace?
- Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

4. Formy a nástroje komunikace směrem ke studentům

Navrhněte, jakým způsobem a prostřednictvím jakých kanálů by měla komunikace probíhat tak, aby oslovila studenty s potenciálními nápady. Cílem je odpovědět na otázky:

- Které nástroje využijete?
- Jaká bude forma komunikace?
- Jaké je hlavní sdělení, které by mělo být komunikováno?

5. Media list – databáze médií a vytipování klíčových kontaktů

Vytvořte databázi médií, ke kterým by bylo vhodné téma Studentského Brna komunikovat. Společně s tím vytipujte konkrétní novináře, které by téma mohlo zajímat, a dohledejte na ně kontakt. Média rozdělte do několika oblastí (regionální, studentská, zpravodajská a další).

Výstupem by měla být tabulka s médii i konkrétními kontakty, ideálně v rozmezí od 40 do 60 kontaktů na jednotlivá média.

6. Tematický plán

Připravte plán 10 témat, která médiím nabídnete. Každý měsíc nabídněte novinářům dvě témata. V potaz vezměte sezónnost a také vhodnou různorodost. Novináři nechtějí komerční prezentaci, zajímají je relevantní informace, vaším cílem je usnadnit jejich práci. Připravte témata pro zpravodajská, lifestylová, regionální i studentská média (a další). Téma stručně popište, představte jeho obsah a navrhňte také jeho zacílení.

7. Obsahová strategie pro Facebook

Navrhňte obsahovou strategii pro Facebook. Cílem je připravit návrh tonality komunikace, konkrétní příspěvky i nápady, jak by bylo možné obsah vylepšit.

Výstupem by měla být obecná strategie, jak komunikaci uchopit i návrh příspěvků po dobu jednoho měsíce. V úvahu berte i aktuální dění projektu.

8. Obsahová strategie pro další sociální sítě (bez Facebooku)

Navrhňte obsahovou strategii pro sociální sítě (bez Facebooku), které považujete pro Studentské Brno za relevantní. Cílem je připravit návrh tonality komunikace, konkrétní příspěvky i nápady, jak by bylo možné obsah vylepšit (v případě, že na dané síti již funguje).

Výstupem by měla být obecná strategie, jak komunikaci uchopit i návrh příspěvků po dobu jednoho měsíce alespoň pro dvě další sociální sítě. V úvahu berte i aktuální dění projektu.