

# Zadání po druhém semináři

**Pro splnění zadání odevzdejte prosím svoje úkoly k bodu 1) do *Odevzdáárny* našeho kurzu nejpozději do 12:00 v úterý 30. března.**

## A. Tvorba vlastní komunikační strategie

Vytvořte si prosím dokument, ve kterém budete postupně vytvářet svůj projekt/komunikační strategii, a který mi budete během semestru opakovaně odevzdávat s tím, jak budete vytvářet další a další části strategie.

Do 30. března (viz výše) prosím důkladně promyslete a zpracujte následující:

1. **AUTORSTVÍ:** Budete kampaň zpracovávat sami, nebo v nějakém minitýmu?
2. **PROBLÉM:** Jak byste popsali problém, který chcete svou komunikací řešit? Ve svém textu (rozsah 900-2700 znaků vč. mezer) popište to nejdůležitější o vašem problému s odkazy na důvěryhodné zdroje (podle zásad práce s literárními odkazy v odborných zdrojích) a tematicky obsáhněte ve svém textu odpovědi na následující otázky:
  - Jaký problém jste si zvolili? (jasné vymezení, co ještě chcete řešit a co už ne)
  - Co je o tomto problému nejdůležitější vědět? (vč. např. příčin a důsledků problému, jeho vývoje apod.)
  - Proč jste si Vy osobně vybrali právě tento problém, a ne jiný?
3. **TYP KAMPANĚ:** Jaký typ komunikační kampaně jste se rozhodli designovat? je na výběr:
  - advocacy campaign
  - behavior change
  - branding
  - critical rhetoric
4. **OBECNÝ CÍL:** Jaký je obecný cíl Vaší komunikace (goal podle Jurin et. al. 2011), pro kterou budete komunikační strategii připravovat? Cíl zkuste formovat stručně, výstižně a srozumitelně.

## B. Domácí četba

Nastudujte si prosím důkladně tyto dva texty (můžete si z nich udělat výpisky, poznamenat si své otázky). Příště budeme s oběma texty pracovat. Stáhnout si je můžete v IS ve složce *Učební materiály – Úkol 2*:

- Lee, Kotler (2011) Social Marketing\_Segmenting, Evaluating, and Selecting Target Audiences
- Rose (2011) What Makes People Tick\_Revealing Values