



MASARYKOVA
UNIVERZITA

Tiskový mluvčí ZUR 295 seminární skupina: úterý

Tematické okruhy

1. **Práce tiskového mluvčího** /náplň práce TM, role TM v media relations organizace, zařazení ve struktuře organizace, kompetence a předpoklady.../
2. **Tisková zpráva** /pravidla pro psaní TZ, jazyk a styl, načasování, typologie, distribuce, praktické ukázky/
3. **Tisková konference** /volba tématu, účastníků, termínu, místa, pozvánka, příprava tiskových materiálů a obrazových materiálů, realizace, fotodokumentace, zpětná vazba/

Tematické okruhy

4. **Ostatní metody práce s médii** /individuální kontakty s novináři, exkluzivní témata, expertní stanoviska, astroturfing a spin doctoring.../
5. **Specifika komunikace v TV a rozhlase** /základní pravidla pro vystupování v TV a rozhlase, mediální trénink
6. **Krizová komunikace** /identifikace krizových situací, zásady komunikace při krizových situacích, typologie, nástroje pro krizovou komunikaci.../
7. **Vyhodnocení – monitoring** /monitoring médií, ohlasy, hodnocení mediálního obrazu organizace.../

Tematické okruhy

8. **Tiskový mluvčí a nová média** /webové stránky organizace, sekce pro média, newslettery, blogy, sociální sítě.../
9. **Komunikační agentury a PR agentury** /výhody a stinné stránky nabízených služeb, jak vybrat správnou agenturu a jakou oblast jí **svěřit**.../
10. **Legislativní rámec pro činnost tiskových mluvčích a kodexy** /jak opravit chybu v médiích, tiskový zákon, zákon o svobodném přístupu k informacím, zákon na ochranu osobních údajů/

Podmínky pro zisk zápočtu

1. Tisková zpráva

Forma: písemně, společně vyhodnocení na semináři

Termín: konec října

Podmínky pro zisk zápočtu

2. Absolvování a následné hodnocení reálné TK

Forma: ústní přímo na semináři

/Přehled o konání TK je k dispozici v servisu ČTK/

Termín: polovina listopadu

Podmínky pro zisk zápočtu

3. Návrh scénáře tiskové konference

/Téma, místo a čas konání, účastníci, seznam médií, návrh obsahu vystoupení mluvčích/

Forma: písemně s následnou prezentací vybraných prací
(možná práce ve skupinách)

Podmínky pro zisk zápočtu

4. Zdravice nadřazeného na akci/úvodní slovo do firemního časopisu/katalogu

Forma: písemně

Termín: polovina prosince

Podmínky pro zisk zápočtu

5. Účast na semináři – workshop před kamerou

Forma: nácvik vystoupení před kamerou v TV studiu

Varianty termínu:

čtvrtek od 18.45

pátek od 13:00

Literatura

- Bednář, Vojtěch. *Krizová komunikace s médii*. Grada Publishing. Praha 2012
- Ftorek, Jozef. *Public relations jako ovlivňování mínění*. Grada Publishing. Praha 2012
- L Etang, Jacquie. *Public relations*. Portál. Praha 2009
- Tomadl, Jan. *Jak účinně oslovit média*. Computer Press. Brno 2011
- Věřčák, Vladimír – Girgašová, Jana – Liškařová, Renata. *Media Relations není manipulace*. Ekopress. Praha 2004

Kontakt:

Tereza Fojtová

E-mail: fojtova@muni.cz

Tel.: 549 49 4949

Mobil: 724 517 335