



MASARYKOVA
UNIVERZITA

Public relations

Obsah

- Public relations (PR) jako součást komunikačních studií a marketingového mixu. Definice oboru, jeho historie a rozvoj. Cíle a metody PR.
- Komunikační proces PR. Průzkum, plánování, komunikace, evaluace. Agenturní praxe. Klient, volba strategie, tvorba cen. Metody měření účinku.

Obsah

- PR a moc. Oborová etika. Hranice a meze PR. Propaganda, manipulace,
- Media relations I. Tisková zpráva. Tisková konference. Online press room. Jazyk a styl. Praxe tiskového mluvčího. Práce s tématem a zpravodajskými hodnotami.
- Specifika PR v různých oblastech. Byznys, kultura, sport, správa a samospráva, neziskový sektor, ekologie.

Obsah

- Krizová komunikace Pravidla, metody, strategie, taktické varianty. Krizový scénář, krizový tým. Případové studie z české a zahraniční praxe.
- Interní komunikace.
- Rekapitulace a vyhodnocení praktických úkolů.

Povinná literatura:

- HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations.*
- TOMANDL, Jan. *Jak účinně oslovit média :media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru*
- FTOREK, Jozef. *Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem.*

Literatura:

- SVOBODA, Václav. *Public relations : moderně a účinně.* 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha
- L'ETANG, Jacquie. *Public relations : základní teorie, praxe, kritické přístupy.*
- BAJČAN, Roman. *Techniky public relations aneb jak pracovat s médii.*

Podmínky pro zisk zápočtu

- aktivní účast na přednáškách
- každý student musí během semestru odevzdat dva úkoly