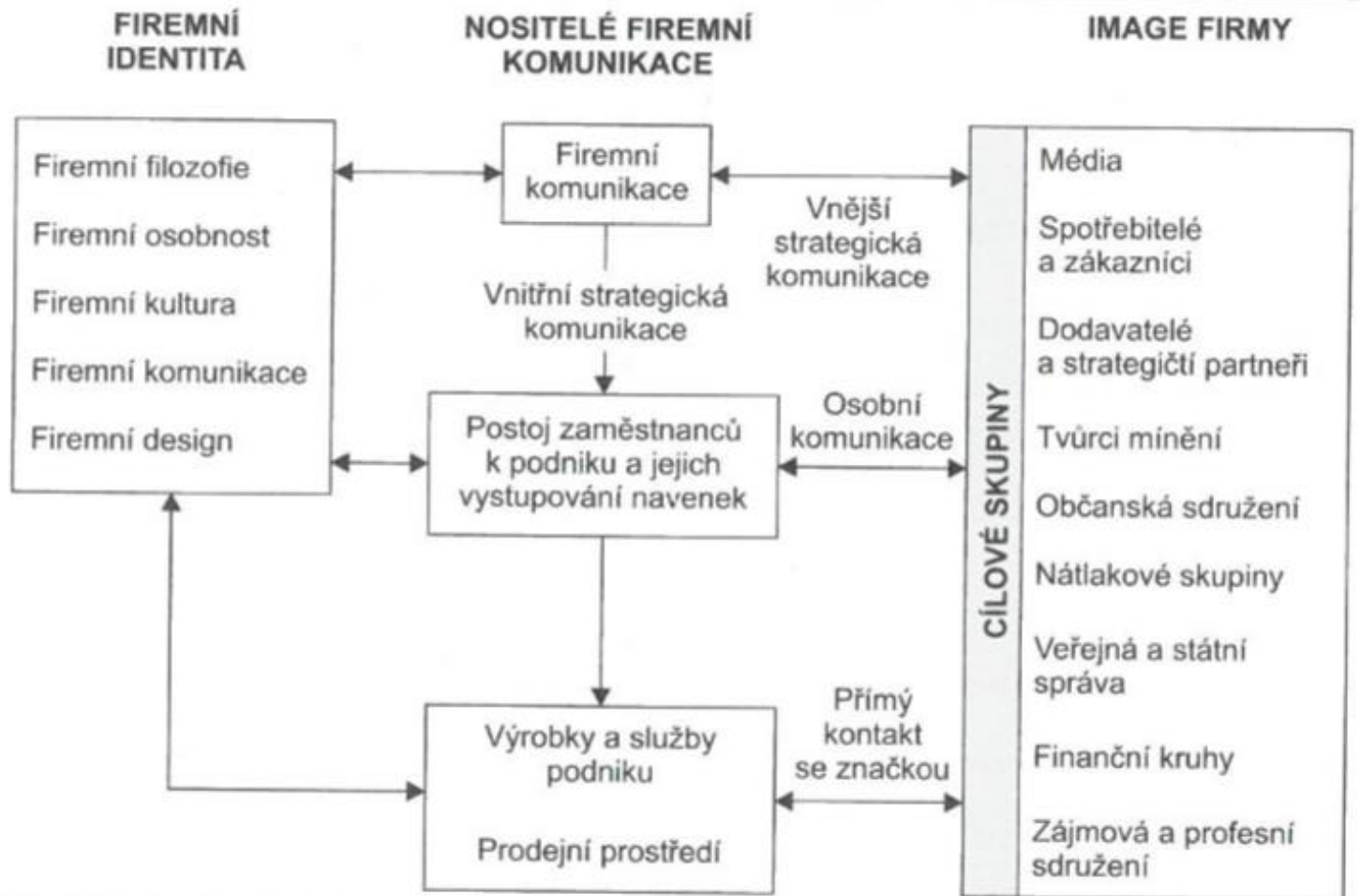




MASARYKOVA  
UNIVERZITA

# Public relations 4



# Plánování a řízení komunikace





## Analytické nástroje PR

- Situační analýza: PEST, SWOT
- Výzkum veřejného mínění
- Analýza trhu a konkurence
- Stakeholder mapping
- Mediální monitoring a mediální analýzy

## Ukázka z výzkumu mezi uchazeči o studium

Cíl: aktuální positioning MU mezi **uchazeči o studium – středoškolskými studenty 3. a 4. ročníků** v ČR a SR.

- Metoda sběru dat: CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)
- Nástroj sběru dat: dotazník
  - ČR: N=778
  - SR: N=318

## Ukázka z hlavních závěrů



### VNÍMÁNÍ MU

- Pozice MU v myslích českých studentů je nejvíce definována charakteristikami:
  - **kvalitní profesori**
  - **těžké přijímací zkoušky**
  - **centrum kvalitního výzkumu**
- MU má blíže k UK než ostatní vysoké školy, obecně je však pozice UK spíše jedinečná. Nejčastěji a nejsilněji na sebe váže charakteristiky tradice, prestiž a mezinárodní charakter.
- Image MU je definován pojmy jako sympatická, spravedlivá, inspirující, spolupracující, s úctou k pravidlům. Svými vlastnosti se nejvíce blíží ČVUT a VUT.



### VNÍMÁNÍ MU

- Mezi slovenskými studenty jsou MU nejčastěji přiřazovány charakteristiky:
  - **dobré uplatnění absolventů**
  - **kvalitní profesori,**
  - **vytváření a šíření znalostí**
  - **a těžké přijímací zkoušky.**
- Image MU je definován pojmy spolupráce, inspirace a sympatie. Nejblíže má k ČVUT a Univerzitě Komenského (v Bratislavě).

### PŘEDSTAVY O STUDIU NA MU

- Očekávají, že studium bude zejména **náročné**, avšak **přínosné, obohacující a zajímavé**, ale také **zábavné** a skvělé.
- Jako **silné stránky** univerzity nejčastěji označili **prestiž, kvalitu a úroveň, výběr** oborů a fakult ale i její **tradici**.
- Slabé stránky školy nadpoloviční většina respondentů neidentifikovala. Pokud ale nějakou slabinu uvedli, nejčastěji se jednalo o **vzdálenost či geografickou nedostupnost**.

## Stanovení základních cílů

1. Čeho chci dosáhnout?
2. Co chci říct a dělat?
3. Co si o tom myslí ostatní?
4. Komu to chci říct?
5. Jakým způsobem to budu říkat?
6. Jak se dozvím, zda jsem dosáhl toho, co jsem chtěl?



## Cutlipova a Centerova teorie PR: 7C

- Důvěryhodnost
- Kontext
- Obsah
- Jednoduchost
- Konzistence a kontinuita
- Kanály
- Schopnost porozumění





## Nástroje PR

- Media relation
- Eventy
- Digitální komunikace
- Sponzoring
- Fundraising
- Opinion leaders
- Krizová komunikace



## Typy médií z pohledu PR

- Earned media
- Owned media
- Paid media
- Shared media