

ZUR228 Public Relations

Klient: MUNIPRESS

Zpracuje: PRgang

Případné dotazy týkající se zadání i informací o klientovi směřujte na e-mail prgang@prgang.com. Více informací o **PRgangu** a registrační formulář naleznete na webu www.prgang.com. Prosím, před odevzdáním úkolu se zaregistrujte. Další informace o agentuře **Lesensky.cz** najdete na www.lesensky.cz.

Odevzdání: Úkoly vložte do odevzdávacího boxu

1. Konkurence - edice „Munice“

Obecné informace: Provedení rešerše konkurence určeného subjektu. Ke každému zmíněnému subjektu uveďte stručnou charakteristiku a popište jeho komunikační strategii včetně označení cílové skupiny.

Informace k edici Munice: MuniPress zakládá novou populárně-vědeckou edici nazvanou "Munice". Jejím cílem je popularizovat vědecký výzkum autorů z MU. V malém formátu a na méně než 120 stranách přináší zvědavým čtenářům aktuální vědecké poznatky. Knihy budou doplněny bohatou grafickou složkou a mnoha ilustracemi. Shrňte konkurenci v oblasti populárně-naučných nakladatelství / edicích, které v ČR fungují.

2. Formy a nástroje komunikace směrem ke studentům

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

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

Informace k MuniPress: Nakladatelství Masarykovy univerzity se zatím v komunikaci zaměřuje primárně na zákazníky z řad akademických pracovníků a knihovníků z odborných knihoven. Některé vydané tituly jsou přímo určeny pro studenty, nebo je vyučující doporučují v rámci povinné literatury. MuniPress chce proto zacílit komunikaci přímo na studenty. Cílem úkolu je návrh komunikace směrem ke studentům včetně analýzy toho, jak by univerzitní nakladatelství mohlo studentům pomoci úspěšně absolvovat studium.

3. Formy a nástroje komunikace směrem k akademikům / doktorandům

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

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

Informace k MuniPress: MuniPress aktuálně nemá pozici tzv. "akvizičního redaktora", jehož úkolem je oslovovat potenciální autory a nabízet jim spolupráci. V této oblasti se mnohem lépe daří jeho konkurenci, která podobné pozice má. My však máme mnohaleté zkušenosti s publikováním i těch nejobornějších knih a přesně víme, jak má odborná kniha vypadat. Umíme akademikům nabídnout mnohem lepší služby, než mnozí jiní nakladatelé. Cílem úkolu je návrh komunikace směrem k

potenciálním autorům, který je má upozornit na možnost vydat svoji knihu v nakladatelství Munipress, kde budou v rukou zkušených redaktorů.

4. Media list

Obecné informace: Vytvoření databází médií, ke kterým by bylo vhodné subjekt komunikovat. Společně s tím mohou být označeni konkrétní novináři, které by téma mohlo zajímat. Média lze rozdělit do několika oblastí (regionální, finanční, zdravotnická, zpravodajská, lifestyleová a další).

Výstupem by měla být tabulka s médii i konkrétními kontakty, ideálně v rozmezí od 30 do 60 kontaktů na jednotlivá média.

Informace k Munipress: Při vytváření databáze médií a kontaktů pro nakladatelství Munipress se zaměřte na oblast TV a rozhlasových pořadů, které se věnují vědě. Dále připravte seznam vhodných novinářů, kteří se vědeckými tématy zabývají.

V ČR existuje poměrně malá skupina novinářů, kteří se nebojí zpracovávat vědecká témata a umí je podat tak, že nepůsobí příliš složitě. Někteří pracují v konkrétních médiích, jiní jsou na volné noze. Cílem úkolu je zpracovat seznam těchto lidí a také pořadů, v nichž se o vědě informuje.

5. Návrh věrnostního programu

Obecné informace: Nad rámec tradičních komunikačních kanálů navrhnete nový způsob oslovení cílových skupin. Mělo by jít o nástroj, díky kterému bude subjekt pravidelně oslovovat svou cílovou skupinu a zároveň bude dosaženo dlouhodobého posilování značky na trhu. A zároveň půjde

Informace k Munipress: Rádi bychom zůstali v kontaktu se zákazníky, kteří si zakoupili naše knihy nebo využili jiných služeb nakladatelství, zatím však o ně tímto způsobem nepečujeme. Produkce Munipress je velmi široká pokud jde o témata a těžko se cílí na jednu skupinu zákazníků. Přesto však věříme, že je možné si naše zákazníky nějakým způsobem dlouhodobě udržet. Cílem úkolu je návrh fungování věrnostního programu.

6. Bonusový úkol

Vytvoření článku o nakladatelství Munipress na Wikipedii a jeho propojení s články o MU a o univerzitních nakladatelstvích v Evropě a ve světě.

Munipress

Nakladatelství Masarykovy univerzity Munipress je jedním z nejvýznamnějších odborných nakladatelství v České republice. Každý rok vydáme více než 300 titulů odborných a populárně naučných knih; vydáváme také 54 odborných časopisů. Plníme funkci vydavatelství Masarykovy univerzity a zároveň produkujeme tituly od tuzemských i zahraničních autorů, kteří na univerzitě nepůsobí. Zaměřujeme se na odbornou literaturu, a to vědeckou i populárně naučnou. Rukopisy všech našich publikací procházejí recenzním řízením, takže ručíme za jejich odbornou kvalitu a důvěryhodnost.

Posláním nakladatelství Munipress je zprostředkovávat výsledky vědecko-výzkumné a vzdělávací činnosti Masarykovy univerzity, přispívat k posilování prestiže univerzity vůči odborné veřejnosti a k pěstování dobrého jména MU ve společnosti, dbát o kvalitu, úroveň i věrohodnost akademických publikací, budovat partnerské spolupráce mezi vydavateli především z vysokoškolské sféry na mezinárodní úrovni.