

MUNI

Tiskový mluvčí

Úvodní lekce

Práce tiskového mluvčího

- náplň práce tiskového mluvčího,
- kompetence a předpoklady
- cíle a úkoly
- zařazení ve struktuře organizace
- jeho role v media relations

Nástroje komunikace s médii

- **Tisková zpráva** /pravidla pro psaní TZ, jazyk a styl, načasování, typologie, distribuce, praktické ukázky/
- **Tisková konference** /volba tématu, účastníků, termínu, místa, pozvánka, příprava tiskových materiálů a obrazových materiálů, realizace, fotodokumentace, zpětná vazba/
- **Ostatní metody práce s médii** /individuální kontakty s novináři, exkluzivní témata, expertní stanoviska, astroturfing a spin doctoring.../

Tiskový mluvčí a nová média

- webové stránky organizace
- interní časopisy
- newslettery
- blogy
- sociální sítě...

Krizová komunikace

- identifikace krizových situací
- zásady komunikace při krizových situacích,
- typologie,
- nástroje pro krizovou komunikaci
- spolupráce s externími agenturami

Specifika komunikace v TV a rozhlase

- základní pravidla pro vystupování v TV a rozhlase
- nácvik vystupování před kamerou

Vyhodnocení činnosti tiskového mluvčího

- monitoring médií, ohlasy,
- hodnocení mediálního obrazu organizace
- reakce na chyby a negativní informace v médiích
- legislativní rámec /tiskový zákon, zákon o svobodném přístupu k informacím, zákon na ochranu osobních údajů/

Podmínky pro zisk zápočtu

1. Tisková zpráva

Forma: písemně

Termín odevzdání: do 4.10

Jak: soubor word/jiný textový editor

odevzdávárna v ISu – interaktivní osnova

Hodnocení: na semináři

Podmínky pro zisk zápočtu

2. Scénář tiskové konference

Forma: písemně

Termín odevzdání: do 11.10

Jak: soubor word/ jiný textový editor

odevzdávárna v ISu – interaktivní osnova

Hodnocení: na semináři

Podmínky pro zisk zápočtu

3. PR článek, nebo text projevu, nebo proslovu

Forma: písemně

Termín odevzdání: do 18.10

Jak: soubor word/ jiný textový editor

odevzdávárna v ISu – interaktivní osnova

Hodnocení: na semináři

Podmínky pro zisk zápočtu

4. Účast na workshopu před kamerou

Forma:	cvičení před kamerou
Termín:	5.11, 22.11, 29.11 v čase výuky dle rozvrhu
Místo:	FSS, cvičené studio
Hodnocení:	Rozbor natočených videí na semináři

Doporučená literatura

- BAJČAN, Roman. Techniky public relations, aneb, Jak pracovat s médii. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2003. 147 s. ISBN 8072610961.
- BEDNÁŘ, V. Mediální komunikace pro management. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 153 s. ISBN 978-80-247-3629-7.
- CAYWOOD, Clarke L. Public relations : řízená komunikace podniku s veřejností. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2003. xxxvii, 60. ISBN 8072268864.
- FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění : jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. 214 s. ISBN 9788024739267.
- CHUDINOVÁ, Eva a Andrej Tušer. Kompetentný hovorca. Bratislava: Eurokódex, 2013. ISBN 978-80-8155-019-5.
- POSPÍŠIL, Pavel. Efektivní public relations a media relations. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2002. xvii, 153. ISBN 8072268236.
- SVOBODA, Václav. Public relations : moderně a účinně. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. 239 s. ISBN 9788024728667.
- ŠVEHLA, Martin a Milan KAŠÍK. Tiskový mluvčí : řízená komunikace s veřejností. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2013. 134 s. ISBN 9788074080951.
- VĚRČÁK, Vladimír, Jana GIRGAŠOVÁ a Renata LIŠKAŘOVÁ. Media relations není manipulace. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2004. 136 s. ISBN 8086119432.

Kontakt:

Tereza Fojtová

E: fojtovat@sci.muni.cz

M: +420724517335