



European
School
of Business
& Management



SYLABUS MODULU

7. Marketingová komunikace a PR, copywriting

Lektor: Ing. Hana Hejsková

Anotace modulu:

Jak komunikuje firma navenek a jak její lidé mezi sebou? Jakými cestami a jakým tónem se obrací na zákazníky, dodavatele, úřady? Jak komunikuje s médii a proč to všechno dělá? A kdo vlastně je ta „naše“ relevantní veřejnost? Co chce slyšet a na co pak doopravdy slyší?

Cíl modulu:

Tyto otázky si položíme v rámci modulu Marketingová komunikace a PR, copywriting. Vymezíme si nástroje, které firma při své komunikaci používá, najdeme jejich váhu v rámci komunikačního mixu a podíváme se na možnosti jejich využití. Důraz při tom dáme na vzájemnou propojenost jednotlivých kanálů. Velký prostor dostane oblast public relations a reputačního managementu a spolu s nimi i připravenost firmy na komunikaci nečekaných událostí a krizová komunikace s médii. V souvislosti s trendem sílící integrace komunikačních nástrojů si představíme i takzvaný model PESO, který pomáhá distribuci obsahu napříč dostupnými médii.

Literatura:

1. BASU, Rintu: *ZAKÁZANÉ přesvědčovací techniky*, Grada Publishing, 2011. ISBN: 978-80-247-3722-5
2. BEDNÁŘ, Vojtěch. *Mediální komunikace pro management*. Praha: Grada, 2011. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3629-7.
3. GODIN, Seth. *Tohle je marketing!: zcela nový přístup k marketingu, prodeji a reklamě*. Přeložil Eva MAŠKOVÁ KRÁPKOVÁ. Praha: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-2567-8.
4. HEJLOVÁ, Denisa. 2015. *Public relations*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5022-4
5. KARLÍČEK, Miroslav. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. 2.*, aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
6. LOSEKOOT, Michelle a VYHNÁNKOVÁ, Eliška. *Jak na síť: ovládněte čtyři principy úspěchu na sociálních sítích*. Brno: Jan Melvil Publishing, 2019. ISBN 9788075550859
7. NEVOLOVÁ, Monika. *Přestaň prezentovat, začni vyprávět*. Praha: Grada Publishing, 2017. ISBN: 978-80-247-5664-6
8. PŘIKRYLOVÁ, Jana. *Moderní marketingová komunikace.2.* přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.
9. VYMĚTAL, Štěpán. *Krizová komunikace a komunikace rizika*. Praha: Grada, 2009. Psyche (Grada). ISBN 978-80-247-2510-9.
10. VYSEKALOVÁ, Jitka. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. Praha: Grada Publishing, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-2474843-6
11. ZUZÁK, Roman a Martina FEJFAROVÁ. *Krizové řízení podniku. 2.*, aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3156-8.