



Syllabus modulu

6. Public Relations

Lektor: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Anotace modulu

Public Relations je efektivní způsob komunikace pro dlouhodobé budování pozitivní image značky a budování vztahů s vašimi stávajícími i potenciálními zákazníky, zaměstnanci a médii. Modul Public Relations vám představí nejvyužívanější nástroje PR, vybere nejvhodnější média pro oslovení konkrétních cílových skupin, naučíte se nastavit efektivní komunikační strategii a připravit dlouhodobě fungující PR plán v kontextu online i offline prostředí.

Budovat dobré vztahy s novináři je nutná podmínka úspěšného PR. Podpořte své podnikání vhodnou PR strategií a vybudujte tak úspěšnou značku. Vhodná komunikace značky nebo produktu může pomoci rozvíjet vaše podnikání. Během daného modulu si osvojíte klíčové znalosti a dovednosti nezbytné pro práci každého profesionála pracujícího v oblasti PR. Výukový modul Public Relations je navržen tak, aby si z něj studenti odnesli jen to, co skutečně využijí ve své každodenní praxi.

Témata modulu:

1. ÚVOD DO PR

- Role PR ve 21. století
- Nejpoužívanější nástroje PR
- Aktuální trendy a integrované PR kampaně
- Provázanost s ostatními komunikačními kanály
- Základní východiska PR, cíle a funkce

2. MEDIA MIX A MEDIA RELATIONS

- Tištěná versus online média, aktuální trendy, media mix
- Media Relations
- Výběr nejvhodnějších médií pro dané téma, obor a účel, cílovou skupinu

3. PR KAMPAŇ

- Principy nastavení kampaně a fáze přípravy
- Brief pro mediální kampaň
- Návrh a realizace kampaně

Cíl modulu:

Cílem modulu je seznámit účastníky semináře se základním pojmovým aparátem oboru, základními nástroji a strategickým přístupem pro formulaci public relations plánů.

Literatura

1. FTOREK, Jozef. Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat. 3., rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7.
2. HALADA, Jan, ed. Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-3075-5.
3. HEJLOVÁ, Denisa. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5022-4.
4. JURÁŠKOVÁ, O. Public Relations 1. Zlín: Univerzita Tomáš Baťa University in Zlín, 2014.
5. JURÁŠKOVÁ, O. Public relations 2. Zlín: Univerzita Tomáš Baťa University in Zlín, 2014.
6. KOPECKÝ, Ladislav. Public relations: dějiny - teorie - praxe. Praha: Grada, 2013. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-4229-8.
7. POSPÍŠIL, Pavel. Efektivní Public Relations a media relations. Praha: Computer Press, 2002. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-823-6.
8. SVOBODA, Václav. Public relations moderně a účinně. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2866-7.

European School of Business & Management SE

Londýnská 376/57, 120 00 Praha 2
IČ: 29299306, DIČ: CZ29299306

☎ +420 221 620 232 ✉ info@esbm.cz
📠 +420 603 836 740 🌐 www.esbm.cz

