



Syllabus of Module

7. Marketing Communication and PR, Copywriting

Lecturer: Ing. Hana Hejsková

Module Annotation

How does a company communicate externally and how do its people communicate with each other? What ways and tone does it direct towards customers, suppliers, authorities? How does it communicate with the media and why does it do all this? And who exactly is this “our” relevant public? What does it want to hear and what does it really hear?

Module Objective

We will ask these questions within the Marketing Communication and PR, Copywriting module. We will define the tools that the company uses in its communication, find their weight in the communication mix and look at the possibilities of their use. In doing so, we will emphasise the interconnectedness of individual channels. The area of public relations and reputation management will receive a lot of space, along with the company's readiness to communicate unexpected events and crisis communication with the media. In connection with the trend related to the increasing integration of communication tools, we will also present the so-called PESO model, which helps the distribution of content across available media.

Literature

1. BASU, Rintu: ZAKÁZANÉ přesvědčovací techniky, Grada Publishing, 2011. ISBN: 978-80-247-3722-5
2. BEDNÁŘ, Vojtěch. Mediální komunikace pro management. Prague: 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 KŘÁPKOVÁ. Prague: Grada, 2020. ISBN 978-80-271-2567-8.
4. HEJLOVÁ, Denisa. 2015. Public Relations Prague: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5022-4
5. KARLÍČEK, Miroslav. Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu. 2., aktualizované a doplněné vydání. Prague: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5769-8.
6. LOSEKOOT, Michelle and VYKÁNKOVÁ, 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. Prague: Grada Publishing, 2017. ISBN: 978-80-247-5664-6
8. PŘIKRYLOVÁ, Jana. Moderní marketingová komunikace.2. přepracované vydání. Prague: Grada Publishing, 2019. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.
9. VEJETOVAL, Štěpán. Krizová komunikace a komunikace rizika. Prague: Grada, 2009. Psyche (Grada). ISBN 978-80-247-2510-9.
10. VYSEKALOVÁ, Jitka. Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka. Prague: Grada Publishing, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-2474843-6
11. ZUZÁK, Roman and Martina FEJFAROVÁ. Krizové řízení podniku. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Prague: Grada, 2009. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3156-8.