

LITERATURA

- AKKER van den, D. (2011). *Creation of an Umbrella Nation Branding Strategy* [on-line]. Dostupné na: https://essay.utwente.nl/61495/1/MSc_D_van_den_Akker.pdf.
- ANHOLT, S. (2005). Some important distinction in place branding. *Place Branding*, Vol. 1, 2, pp. 116–121. Henry Stewart Publications. ISSN 1744-0696.
- ANHOLT, S. (2007). *Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Houndmills: Palgrave Macmillan. ISBN 978-0230500280.
- ANHOLT, S. (2011). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy* [on-line]. Vol. 2., Iss. 1. Dostupné na: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.
- ARCHER, C.; BAILES, A. J. K.; WIVEL, A. (eds.). (2014). *Small States and International Security: Europe and Beyond*. London: Routledge.
- Archiv MZV (2006). III. sekce (1918–1939) 25. Propagace vlastní. Karton 703 (důvěrné). Materiály 3. 4. 2006.
- ARONCZYK, M. (2013). *Branding the Nation*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-0-19-975217-1.
- BÁTORA, J. (2004). Identita a štátny záujem v slovenskej zahraničnej politike. *International Issues & Slovak Foreign Policy Affairs*, Vol. 13, No. 2. Bratislava: Research Center of the Slovak Foreign Policy Association, pp. 39–54.
- BÁTORA, J. (2005a). *Multistakeholder Public Diplomacy of Small and Medium-Sized States: Norway and Canada Compared*. Paper presented to the International conference on Multistakeholder Diplomacy Mediterranean Diplomatic Academy. Malta: February 11.–13. [on-line]. Dostupné na: <http://216.239.59.104/u/diplo?q=cache:PHg6KqFIGBUJ:www.diplomacy.edu/Conferences/MSD/papers/batora.pdf+public+diplomacy&hl=cs&ie=UTF>.
- BÁTORA, J. (2005b). *Public Diplomacy in Small and Medium-Sized States: Norway and Canada*. Discussion Papers in Diplomacy. The Hague: Netherlands Institute of international Relations Clingendael. ISSN 1569-2981.

- BÁTORA, J.; GYELNIK, T. (2012). *Branding krajiny: skúsenosti Nórska, Švéd-
ska a Fínska. Analytická zpráva pro potreby MZV SR* [online]. Bratislava:
Ústav európskych štúdií a medzinárodných vzťahov, Univerzita Komen-
ského. Dostupné na: https://www.mzv.sk/ministerstvo/verejna_diplomacia-branding_slovenska.
- BENEŠ, V. (2005). *Normativní chování malých států jako výsledek kalkulace jejich dlouhodobých zájmů*. Policy Paper. Ústav mezinárodních vztahů [online]. Dostupné na: <https://mv.iir.cz/public/benes/2005.pdf>.
- Bloom Consulting (2018). *4 Core Place Branding Services* [on-line]. Dostupné na: <https://www.bloom-consulting.com/en/place-branding-services> (23. 6. 2018).
- Brand Institute (2018). *História tvorby značky Slovensko* [on-line]. Dostupné na: <http://brandinstitute.sk/historia-tvorby-znacky-slovensko> (2. 7. 2018).
- British Council (2011). *Corporate Plan 2011–2015* [online]. Dostupné na: http://www.britishcouncil.org/new/PageFiles/12938/2011-15%20Corporate%20Plan_v2.pdf.
- BROWN, B. E. (2001). What Is the New Diplomacy? *American Foreign Policy Interests*, 23: 3–21.
- BRYSK, A. (2009). *Global Good Samaritans. Human Rights as Foreign Policy*. Oxford: Oxford University Press.
- BUHMANN, A. (2016). *Measuring Country Image: A New Model*. USC Center on Public Diplomacy [on-line]. Dostupné na: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/measuring-country-image-new-model>.
- CBD (2010). *Mission for Finland! Consider it Solved!* [on-line]. Dostupné na: https://www.demoshelsinki.fi/wp-content/uploads/2014/08/TS_Report_EN.pdf.
- COOPER, A. F.; HEINE, J.; THAKUR, R. (eds.). (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Corporate Communication and Public Diplomacy Department MFA NL (2010). *Public Diplomacy Manual* (interní materiál). Ministry of Foreign Affairs of Netherlands.
- CT (2018). *Základní informace* [on-line]. Dostupné na: <https://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace>.
- CROSS, M.; MELISSEN, J. (eds.). (2013). *European Public Diplomacy. Soft Power at Work*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-137-34330-7.

- CULL, N. (2009). *Public Diplomacy: Lessons from the Past*. Los Angeles: Figueroa Press. ISBN 978-1-932800-60-9.
- Czech Platform (2018). Dostupné na: <http://www.czechplatform.cz>.
- Česká centra (2016). *Nový projekt Českých center pro podporu exportu českých kulturních a kreativních průmyslů* [on-line]. Dostupné na: <http://www.czechcentres.cz/media/tiskove-zpravy/160623-czechplatform>.
- Česká centra (2018). *Záložka „O nás“* [on-line]. Dostupné na: <http://www.czechcentres.cz/o-nas>.
- ČTK (2012). *Český dům slaví v Londýně úspěch, fanoušci si ho našli* [on-line]. Dostupné na: https://www.denik.cz/ze_sveta/cesky-dum-slavi-v-londyne-uspech-fanousci-si-ho-nasli-20120803.html.
- DINNIE, K. (2008). *Nation Branding. Concepts, Issues, Practice*. 1st edition. Oxford: Elsevier. ISBN 978-0-7506-8349-4.
- DINNIE, K. (2016). *Nation Branding. Concepts, Issues, Practice*. 2nd edition. Oxon: Routledge. ISBN 978-1-138-77584-8.
- DRULÁKOVÁ, R. (2014). Malé státy a jejich konceptualizace: skládání puzzle. *Scientia et Societas*, 10(2), s. 104–116.
- DutchCulture (2016). *International Cultural Policy 2017–2020* [on-line]. Dostupné na: <https://dutchculture.nl/en/international-cultural-policy-2017-2020>.
- DutchCulture (2018). *About DutchCulture* [on-line]. Dostupné na: <https://dutchculture.nl/en/about-dutchculture>.
- ENTMAN, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and foreign policy*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Finland Promotion Board (2018). *This is Finland* [on-line]. Dostupné na: <https://finland.fi/>.
- FISHER, R.; URY, W.; PATTON, B. (1994). *Dohoda jistá*. Praha: Management Press.
- Foreign & Commonwealth Office – Wilton Park (2017). *New Diplomacy. Report WP 1531* [on-line]. Dostupné na: <https://www.wiltonpark.org.uk/wp-content/uploads/WP1531-Report.pdf>. Foreign Policy Department MFA NL (2010). *Public diplomacy: Policy and Strategy*. The Hague (interní materiál).
- Foreign Policy Department MFA NL (2011). *Small Non-ODA Activities Programme* The Hague (interní materiál).

- FORSYTHE, D. P. (2000). US foreign policy and human rights: The price of principles after the Cold War. In FORSYTHE, D. P. (2000). *Human Rights and Comparative Foreign Policy*. Tokio, United Nations: University Press, pp. 21–48.
- FULLERTON, J. A.; HOLTZHAUSEN, D. (2012). Americans' attitudes toward South Africa: A study of country reputation and the 2010 FIFA World Cup. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(4), pp. 269–283.
- FULLERTON, J. A.; KEDNRICK, A. (eds.). (2017). *Shaping International Public Opinion. A Model for Nation Branding and Public Diplomacy*. New York: Peter Lang. ISBN 978-1-4331-3028-1.
- FutureBrand (2018). *Country Brand Index* [on-line]. Dostupné na: <https://www.futurebrand.com/country-brand-index>.
- GALLAROTTI, G. M. (2011). *Soft Power: What it is, Why it's Important, and the Conditions Under Which it Can Be Effectively Used*. Division II, Faculty Publications, Paper 57. Dostupné na: <http://wescholar.wesleyan.edu/div2facpubs/57>.
- GfK (2018). *Anholt-GfK Nation Brand Index* [on-line]. Dostupné na: <https://nation-brands.gfk.com>.
- GILBOA, E. (2008). *Searching for a Theory of Public Diplomacy. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* [on-line]. Dostupné na: <http://ann.sagepub.com/cgi/content/abstract/616/1/55>.
- GOLAN, G. J. (2013). Introduction: An integrated approach to public diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 57(9), pp. 1251–1255.
- GONESH, A.; MELISSEN, J. (2005). *Public Diplomacy: Improving Practice* [on-line]. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael. Dostupné na: http://www.clingendael.nl/publications/2005/20051000_cdsp_paper_diplomacy_5_gonesh_melissen.pdf.
- Government of the Netherlands (2018). *Ministry of Foreign Affairs* [on-line]. Dostupné na: <https://www.government.nl/ministries/ministry-of-foreign-affairs>.
- GRAY, C. S. (2011). *Hard power and soft power: the utility of military force as an instrument of policy in the 21st century*. Carlisle: Strategic Studies Institute. ISBN 1-58487-486-4.
- GYÁRFÁŠOVÁ, O.; BÚTORA, M.; BÚTOROVÁ, Z. (2012). *Imidž Slovenska z pohľadu zahraničia*. Bratislava: Ústav európskych štúdií a medzinárodných vzťahov, Univerzita Komenského. *Analytická zpráva pro MZV SR*

- [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/documents/10182/12365/Studia_imidz_Gyarfasova_Butora_Butorova.pdf/a09de88a-d3f3-41da-a59e-aedbdff46bea.
- HENRIKSON, A. K. (2006). *What Can Public Diplomacy Achieve? Clingendael Discussion Paper in Diplomacy 104*. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael. ISSN 1569-2981.
- HOCKING, B.; MELISSEN, J.; RIORDAN, S.; SHARP, P. (2012). *Futures for diplomacy. Integrative Diplomacy in the 21st Century. Report No. 1*. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Holland (2018). *Holland. Your official guide for visiting Holland* [on-line]. Dostupné na: <https://www.holland.com/global/tourism.htm>.
- Chatham House (2018). *The Era of Techplomacy* [on-line]. Dostupné na: <https://www.chathamhouse.org/event/era-techplomacy>.
- IOB (2016). *Policy Review Public diplomacy 2010–2014. IOB Evaluation No. 413*. The Hague: Ministry of Foreign Affairs of the Netherlands.
- JUNEVIČIUS, A.; PUIDOKAS, M. (2015). The Importance of Strategy for Forming State Image: Comparative Analysis of Lithuanian, Estonian and Finnish Cases. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 213, pp. 86–91. ISSN 1877-0428. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.11.408.
- KAMRAVA, M. (2013). *Qatar. Small State, Big Politics*. New York: Cornell University Press. ISBN 978-0-8014-5209-3.
- KANEVA, N. (ed.). (2011). *Branding Post-Communist Nations. Marketizing National Identities in the „New“ Europe*. New York: Routledge – Taylor & Francis Group. ISBN 978-113877-677-7.
- Košice (2013). *Európske hlavné mesto kultúry* [online]. Dostupné na: <http://www.kosice2013.sk>.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. (2003). *Marketing*. 6. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-0513-3.
- KOTLER, P. a kol. (2007). *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1545-2
- KRATOCHVÍL, P. (2010). Co je to národní zájem? *Mezinárodní politika*, 5/2010. Praha: Ústav mezinárodních vztahů. ISSN 0543-7962.
- KRPEC, O. (2009). *Národní zájmy v moderní demokracii – Česká republika*. Brno: Munipress. ISBN 978-80-210-4807-2.
- KURBALIJA, J. (ed.) (1998). *Modern Diplomacy*. Msida: The Mediterranean Academy of Diplomatic Studies. ISBN 99909-55-08-5.

- La PORTE, T. (2012). *The Legitimacy and Effectiveness of Non-State Actors and the Public Diplomacy Concept*. Public Diplomacy Theory and Conceptual Issues. San Diego: ISA Annual Convention, April 2012.
- LEE, K. M. (2009). *Nation branding and sustainable competitiveness of nations*. Enschede DOI: 10.3990/1.9789036528030.
- LEE, G.; AYHAN, K. (2015). Why Do We Need Non-state Actors in Public Diplomacy? Theoretical Discussion of Relational, networked and Collaborative Public Diplomacy. *Journal of International and Area Studies*, Vol. 22, No. 1, pp. 57–77.
- LEONARD, M.; ALAKESON, V. (2000). *Going Public. Diplomacy for the Information Society*. London: The Foreign Policy Centre. ISBN 0-9535598-7-4.
- LEONARD, M.; STEAD, C.; SMEWING, C. (2002). *Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre. ISBN 1-903558-131.
- LEONARD, M.; SMALL, A. (2003). *Norwegian Public Diplomacy*. London: The Foreign Policy Centre. [online]. Dostupné na: <https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/ud/vedlegg/public.pdf>.
- Lidové noviny (2018). *Czechia je mrtvý pojem*. 30. 7. 2018.
- LÖFFELHOLZ, M. (2010). *Public Diplomacy in Germany: Structures, Strategies, Instruments. Příspěvek na konferenci Měkká moc v mezinárodních vztazích (Miękka« siła w stosunkach międzynarodowych)*. Wrocław: Uniwerszita Wrocław, 19.–20. 11. 2010.
- MATTOŠ, B. (2011). Jednotná prezentácia štátu ako nástroj vonkajšej komunikácie krajiny – Česká republika. *Medzinárodné vzťahy – vedecký časopis pre medzinárodné politické, ekonomické, kultúrne a právne vzťahy*. Bratislava: Ekonomická univerzita, roč. 9, č. 1, s. 165–175. ISSN 1336-1562.
- McCARTHY, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach*. Homewood, IL: R.D. Irwin.
- McCLELLAN, M. (2004). Public Diplomacy in the Context of Traditional Diplomacy. In REIWEGGER, G. (ed.). *Public Diplomacy*. Favorita Papers 01/2004. Wien: Diplomatistische Akademie, 2004.
- MELISSEN, J. (ed.). (2005). *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN 1-4039-4516-0.
- MERIČKOVÁ, L. (2014). Mäkká a tvrdá moc – o vybraných otázkách posudzovania kritérií mäkkej moci. *Medzinárodné vzťahy/Journal of International Relations*, No. 2. ISSN 1339-2751.

- MFA DK (2016). *Danish Diplomacy and Defence in Times of Change. Executive Summary* [on-line]. Dostupné na: <http://um.dk/en/foreign-policy/danish-defence-and-diplomacy-in-times-of-change>.
- MFA DK (2017a). *Denmark names first ever tech ambassador* [on-line]. Dostupné na: <http://um.dk/en/news/NewsDisplayPage/?newsID=60EAF005-9F87-46F8-922A-1CF20C5B527A>.
- MFA DK (2017b). *Foreign and Security Policy Strategy for 2017–18* [on-line]. Dostupné na: <http://um.dk/en/news/newsdisplaypage/?newsid=030b755e-643a-44db-989a-528847f6671b>.
- MFA NL (2007). *Government Policy Programme for 2007 -2011* [on-line]. Dostupné na: http://www.minbuza.nl/en/News/Newsflashes/2007/06/Government_Policy_Programme_for_2007_2011.
- MFA NL (2017a). *Public Diplomacy*. Interní materiál.
- MFA NL (2017b). *Your Communication strategy/plan in 10 steps*. Interní materiál.
- MH SR (2018). *Podpora exportu* [on-line]. Dostupné na: <http://www.economy.gov.sk/obchod/podpora-exportu>.
- MK ČR (2008). *Státní kulturní politika na léta 2009–2014. Přijata usnesením vlády č. 1452 ze dne 19. listopadu 2008* [on-line]. Dostupné na: <https://www.mkcr.cz/statni-kulturni-politika-na-leta-2009-2014-1265.html>.
- MK ČR (2015). *Státní kulturní politika na léta 2015–2020 (s výhledem do roku 2025). Vzata vládou na vědomí formou usnesení vlády č. 266 ze dne 15. 4. 2015* [on-line]. Dostupné na: <https://www.mkcr.cz/statni-kulturni-politika-69.html>.
- MK SR (2018). *Organizácie v zriaďovateľskej pôsobnosti Ministerstva kultúry SR* [on-line]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/organizacie-ministerstva-c.html>.
- MOILANEN, T.; RAINISTO, S. (2009). *How to Brand Nations, Cities and Destinations. A Planning Book for Place Branding*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN 978-0-230-22092-8.
- MŠMT ČR (2016). *Vláda vzala na vědomí projekt Česká stopa 2016 v Rio de Janeiro* [on-line]. Dostupné na: <http://www.msmt.cz/ministerstvo/novinar/vlada-vzala-na-vedomi-projekt-ceska-stopa-2016-v-riu-de>.
- MZV ČR (2004). *Východiska pro zpracování koncepce jednotné prezentace České republiky v zahraničí*. Ministerstvo zahraničních věcí ČR, odbor komunikační strategie. Přijato usnesením vlády č. 239 dne 17. 3. 2004.

- MZV ČR (2005). *Koncepcie jednotné prezentace České republiky*. Ministerstvo zahraničních věcí ČR, odbor komunikační strategie (4. 2. 2005) [on-line]. Dostupné na: <http://www.mzv.cz/servis/soubor.asp?id=12011>. Koncepcie přijata usnesením vlády č. 74 ze dne 19. 1. 2005.
- MZV SR (2011). *Slovensko – krajina s potenciálom. Ideový koncept prezentácie Slovenska* [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/documents/10182/12365/Slovensko_krajina_s_potencialom_DEF.pdf/b55d5ed2-e4e6-40b0-a413-a8a2181cf248.
- MZVaEZ SR (2013). *Branding Slovenska. Od ideového konceptu k posolstvám a komunikácii* [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/documents/10182/12495/BRANDING_SLOVENSKA_studia_komunikacne_posolstva.pdf/675019fa-077d-45ea-9b38-3b01bb71d566.
- MZVaEZ SR (2018a). *Stručný prehľad doterajších aktivít* [on-line]. Dostupné na: <http://www.mzv.sk/znacka-slovenska/strucny-prehľad-doterajších-aktivít>.
- MZVaEZ SR (2018b). *Prezentácia Slovenska v zahraničí* [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/ministerstvo/verejna_diplomacia-prezentacia_slovenska_v_zahranici.
- MZVaEZ SR (2018c). *Goodwill Envoy* [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/ministerstvo/verejna_diplomacia-goodwill_envoy.
- MZVaEZ SR (2018d). *Správa o činnosti Pracovnej skupiny pre koordinovanú prezentáciu Slovenska v zahraničí za rok 2017* [on-line]. Dostupné na: https://www.mzv.sk/ministerstvo/verejna_diplomacia-prezentacia_slovenska_v_zahranici.
- MZVa EZ SR (2018e). *Ideový príbeh značky Slovensko a jeho subznačiek* [on-line]. Dostupné na: <http://www.mzv.sk/znacka-slovenska/ideovy-pribeh-znacky-slovensko-a-jeho-subznaciek>.
- NEUMANN, I. B.; GSTÖHL, S. (2006). Introduction: Lilliputians in Gulliver's World? Small States in International Relations. In NEUMANN, I. B.; INGEBRITSEN, CH.; GSTÖHL, S. (eds.). *Small States in International Relations: A Reader*. Seattle: University of Washington Press, pp. 1–36.
- NYE, J. (2004). *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs. ISBN 978-1-58648-306-7.
- NYE, J. (2011). *Smart power*. *The Huffington Post* [online]. Dostupné na: https://www.huffingtonpost.com/joseph-nye/smart-power_b_74725.html.

- NYE, J. (2013). Hard, Soft and Smart Power. In COOPER, A. F.; HEINE, J.; THAKUR, R. (eds.). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford: Oxford University Press, pp. 430–441.
- OLINS, W. (2005). Making a National Brand. In MELISSEN, J. (ed.). (2005). *The new public diplomacy. Soft Power in International Relations*. London: Palgrave Macmillan, pp. 169–179.
- OLINS, W. (2016). *Brand New. Nová podoba značek*. Praha: Slovart.
- PASCHKE, K. T. (2000). *Report of the Special Inspection of 14 German Embassies in the Countries of the European Union* [on-line]. Berlin: German Federal Foreign Office Reports Dostupné na: <https://grberridge.diplomacy.edu/paschke-report>.
- PELTOLA, H. (2017). *Finland's Country Brand. Case: Young Travellers. Bachelor's Thesis*. Lahti: Lahti University of Applied Sciences.
- PETERKOVÁ, J. (2006). Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna? *Mezinárodní vztahy*, roč. 41, č. 3, s. 83–99. ISSN 0323-1844.
- PETERKOVÁ, J. (2008a). *Veřejná diplomacie*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-125-0.
- PETERKOVÁ, J. (2008b). Veřejná diplomacie malých států a realita České republiky. *Mezinárodní vztahy*, 43(2), s. 5–24.
- PETERKOVÁ, J. (2010). Contemporary Trends in Czech Republic Diplomacy. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy* [on-line]. roč. 1, č. 1, pp. 54–62. Dostupné na: <http://www.exchangediplomacy.com/wp-content/uploads/2010/10/peterkova.pdf>.
- PETERKOVÁ, J. (2012). Public Diplomacy – an effective way how to communicate. *ISA Annual Convention*. San Diego, 1. 4. 2012–4. 4. 2012, USA, pp. 1–13.
- PETERKOVÁ, J. a kol. (2014). *Trendy a výzvy současné diplomacie. Česká a slovenská perspektiva*. 1. vyd. Praha: TROAS, s.r.o, 2014. 192 s. ISBN 978-80-905687-6-1.
- PETERKOVÁ, J. (2016). Budování pověsti EU prostřednictvím veřejné diplomacie. In *Politické vědy* [online], roč. 19, č. 1, s. 48–70. ISSN 1335–2741.
- PETERKOVÁ, J. (2017a). The Impact of the EU Accession on the Domestic Dimension of Public Diplomacy – The Czech Case. In *Politické vědy* [online], roč. 20, č. 2, s. 8–26. eISSN 1338-5623; ISSN 1335-2741. Dostupné na: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/archiv-vydani/2017/2-2017/jana-peterkova.html>.

- PETERKOVÁ, J. (2017b). Vnitřní dimenze veřejné diplomacie Evropské unie – strategie, aktéři, nástroje [on-line]. *Současná Evropa*. roč. 22, č. 1, s. 41–57. ISSN 1804-1280. Dostupné na: <https://www.vse.cz/se/143>.
- PETERKOVÁ, J.; ZEMANOVÁ, Š. (2016). *Aktuální trendy ekonomické diplomacie* [on-line]. Konference „Aktuální trendy ekonomické diplomacie ve vybraných zemích EU“ dne 16. 6. 2016, VŠE v Praze. Dostupné na: <http://smsjm.vse.cz/wp-content/uploads/2016/05/Aktua%CC%81lni%CC%81-trendy-ED.pptx>.
- PFLIMPFL, L. (2010). *Analýza procesu praxe moderní veřejné diplomacie*. Disertační práce. Praha: Univerzita Karlova. Dostupné na: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/95820>.
- Portland (2018). *The Soft Power 30 Index* [on-line]. Dostupné na: <https://softpower30.com>.
- POTTER, E. (2004). *Canada and the New Public Diplomacy. Discussion Papers in Diplomacy*. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael, No. 81, 2004. ISSN 1569-2981.
- Pravda (2016). SACR končí ako samostatná agentúra, zhltné ju ministerstvo. In *Pravda*, 23. 11. 2016 [on-line]. Dostupné na: <https://spravy.pravda.sk/ekonomika/clanok/411749-sacr-konci-ako-samostatna-agentura-z>.
- Public Diplomacy Alumni Association (2008). *What is Public Diplomacy?* [online]. Dostupné na: <http://www.publicdiplomacy.org/archives/1.htm> (25. 2. 2018).
- RNW Media (2018). *About us* [on-line]. Dostupné na: <https://www.rnw.org>.
- RONFELDT, D.; ARQUILLA, J. (2009). Noopolitik: A New Paradigm for Public Diplomacy. In SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (eds.). *Routledge handbook of public diplomacy*. London: Routledge. ISBN 0-415-95302-2.
- RYBKA-IWANSKA, K. (2018). *Finnish Education: A Pillar of the Nation Brand*. CPD Blog. USC Center on Public Diplomacy [on-line]. Dostupné na: <https://uscpublicdiplomacy.org/blog/finnish-education-pillar-nation-brand>.
- SEIB, P. (2012). *Real-Time Diplomacy. Politics and Power in the Social Media Era*. New York: Palgrave Macmillan.
- SHEAFER, T.; GABAY, I. (2009). Mediated public diplomacy: A strategic contest over international agenda building and frame building. *Political Communication*, 26, pp. 447–467.

- SHEAFER, T.; SHENHAV, S. R. (2010). Mediated public diplomacy in a new era of warfare. *Communication Review*, 12, pp. 272–283.
- SCHNEIDER, C. P. (2004). *Culture Communicates: U.S. Diplomacy That Works*. Discussion Papers in Diplomacy, No. 94, The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael [on-line]. Dostupné na: https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20040300_cli_paper_dip_issue94.pdf.
- SLÁVIKOVÁ, E.; BILČÍK, V.; DULEBA, A. (2009). *Strednedobá koncepcia rozvoja verejnej diplomacie v podmienkach Ministerstva zahraničných vecí SR. Analýza skúseností a návrh odporúčaní*. Bratislava: Výskumné centrum.
- SME (1998). Slovenská informačná agentura zlyhala nielen jako politická objednávka tretej Mečiarovej vlády. *SME* [on-line] 29. 6. 1998. Dostupné na: <https://www.sme.sk/c/2156967/slovenska-informacna-agentura-zlyhala-nielen-ako-politicka-objednavka-tretej-meciarovej-vlady.html>.
- SME (2009). *Slovensko sa bude prezentovať v zahraničí ako moderná krajina s rozvinutou ekonomikou* [on-line]. Dostupné na: <https://ekonomika.sme.sk/c/4919913/slovensko-sa-bude-prezentovat-v-zahranici-ako-moderna-krajina-s-rozvinutou-ekonomikou.html#ixzz5KUlpEkeI>.
- SMOLÍK, J. (2014). *Úvod do studia mezinárodních vztahů*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5131-3.
- SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (eds.). (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.
- SOANES, C.; STEVENSON, A. (eds.). (2009). *Concise Oxford English Dictionary*. 11th edition. Oxford: Oxford University Press.
- Správa o činnosti Pracovnej skupiny pre koordinovanú prezentáciu Slovenska v zahraničí za rok 2017* [on-line]. Dostupné na: <https://www.mzv.sk/documents/10182/2406352/2017+Spr%C3%A1va+o+%C4%8Dinnosti+Pracovnej+skupiny+pre+koordinovan%C3%BA+prezent%C3%A1ciu+Slovenska+v+zahranici%C4%8D%C3%AD+za+rok+2017>.
- STEINMETZ, R.; WIVEL, A. (eds.). (2010). *Small states in Europe: challenges and opportunities*. Farnham: Ashgate, 2010, p. xvi.
- SZONDI, G. (2008). *Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences*. Discussion Papers in Diplomacy. The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendael. ISSN 1569-2981.

- SZONDI, G. (2009). Central and Eastern European Public Diplomacy. In SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (2009). *Public Diplomacy*. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-95302-3.
- Team Finland (2018). *Team Finland in Brief* [on-line]. Dostupné na: <https://team.finland.fi/en/history>.
- The Dutch Language Union (2018). *The Dutch Language Union* [on-line]. Dostupné na: <https://over.taalunie.org/dutch-language-union>.
- The Good Country (2018). *The Good Country in on the way* [on-line]. Dostupné na: <https://goodcountry.org>.
- The Matra Programme (2018). [on-line]. Dostupné na: <https://www.netherlandsandyou.nl/your-country-and-the-netherlands/ukraine/and-the-netherlands/matra-programme>.
- Team FINLAND (2018). [on-line]. Dostupné na: <https://finland.fi>.
- TOMALOVÁ, E. (2008). *Kulturní diplomacie. Francouzská zkušenost*. Praha: Ústav mezinárodních vztahů. ISBN 978-80-86506-73-9.
- Toolbox (2018a). *Infographics* [on-line]. Dostupné na: <https://toolbox.finland.fi/toolbox/infographics>.
- Toolbox (2018b). *Research and Strategy* [on-line]. Dostupné na: <https://toolbox.finland.fi/toolbox/research>.
- Topky.sk. (2009) *Obraz Slovenska v zahraničí: vytvorí Rada pre jednotnú prezentáciu* [on-line]. Dostupné na: <https://www.topky.sk/cl/10/414905/Obraz-Slovenska-v-zahranici--Vytvori-Rada-pre-jednotnu-prezentaciju>.
- TUCH, H. (1990). *Communicating with the World: U.S. Public Diplomacy Overseas*. 1st edition. Washington, D. C.: The Institute of the Study of Diplomacy, Georgetown University. ISBN 0-312-04809-2.
- Úřad vlády ČR (2007). *Shrnutí koncepce komunikace a prezentace předsednictví České republiky v Radě EU* [on-line] https://www.euroskop.cz/gallery/4/1394-shrnuti_koncepce_komunikace_a_prezentace_ke_zverejneni.pdf.
- VALENTA, J.; HAD, M. a kol. (1993). *České národní zájmy. Mezinárodní vztahy*, Vol. 38, No. 1. ISSN 0323-1844.
- VELLA, G. F. (1998). Opening Address to the International Conference on Modern Diplomacy. In KURBALIJA, J. (ed.). *Modern Diplomacy*. Msida: The Mediterranean Academy of Diplomatic Studies. ISBN 99909-55-08-5.
- VERHAGEN, M. (2010). *The Netherlands must stand up for its international reputation* [on-line]. Dostupné na: <http://www.minbuza.nl/en/News/>

Newsflashes/2010/03/Verhagen_The_Netherlands_must_stand_up_for_its_international_reputation.

VLACHOVÁ, K.; ŘEHÁKOVÁ, B. (2004). Národ, národní identita a národní hrdost v Evropě. *Sociologický časopis*, Vol. 40, No. 4: 489–508.

Vláda SR (1999). Uznesenie vlády SR č. 319/1999. Komunikačná stratégia vlády SR pre prípravu obyvateľstva na členstvo SR v EÚ.

Vláda SR (2001). Uznesenie vlády SR č. 738/2001 k návrhu rozvojového programu Koncepcie externej integračnej komunikačnej stratégie SR v členských krajinách Európskej únie.

Vláda SR (2016). Uznesenie vlády SR č. 52/2016. Značka Slovensko: jednotná vizuálna identita štátnej správy, koherencia vládnych politík a potreba systémového riešenia jednotnej prezentácie SR v budúcnosti.

Vláda SR (2018). *Programové vyhlásenie vlády SR na roky 2016–2020* [online]. Dostupné na: <http://www.vlada.gov.sk/data/files/7179.pdf>.

WAIŠOVÁ, Š. (2009). *Úvod do studia mezinárodních vztahů*. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-177-9.

WENDT, A. (2003). *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press (Virtual Edition). ISBN 0 511 02166 6 virtual.

WILCOX, D. L.; AUULT, P. H.; AGEE, W. K.; CAMERON, G. T. (2001). Essentials of Public Relations. In SNOW, N.; TAYLOR, P. M. (2009). *Public Diplomacy*. New York: Routledge, s. 293. ISBN 978-0-415-95302-3.

ZAHARNA, R. S. (2005). The Network Paradigm of Strategic Public Diplomacy. *Policy Brief*, Vol. 10, No. 1. Foreign Policy in Focus. 4/2005 [online]. <http://www.fpiif.org/pdf/vol10/v10n01pubdip.pdf>.

ZEMANOVÁ, Š. a kol. (2015). Zahraničnopolitické stratégie malých štátů v súčasnom mezinárodnom prostredí. *Mezinárodní vztahy* [online]. 2015, roč. 50, č. 3, s. 5–23. ISSN 0323-1844. Dostupné z: <https://mv.iir.cz/article/view/1318>.

ZEMANOVÁ, Š.; DRULÁKOVÁ, R. a kol. (2015). *Český zahraničnopolitický aktivismus. Možnosti a meze*. Plzeň: Aleš Čeněk.

ZV PSP ČR (2012). K uskutečnenému seminári „Značka ČR“. Usnesení č. 180 ze dne 12. 6. 2012.

Rozhovory

Rozhovor na Českých centrech, srpen 2018.

Rozhovor na MZV ČR, říjen 2006.

Rozhovor na MZV Finska, leden 2016.

Rozhovor na MZV Nizozemska, listopad 2015.

Rozhovor na MZV Nizozemska, červenec 2018.