

Obsah

1	ÚVOD.....	7
1.1	Historie public relations	7
1.2	Definice public relations.....	7
1.3	Dva pohledy na public relations	10
1.4	Jak chápat veřejnost v rámci public relations.....	12
1.5	Organizace působící v oboru public relations	13
1.6	Pravda a její teorie	16
2	KOMUNIKACE	19
2.1	Definice, základní pojmy.....	20
2.2	Komunikační proces	23
2.3	Složky a dělení komunikace.....	24
2.3.1	Neverbální komunikace	25
2.3.2	Verbální komunikace	27
2.4	Formální analýza komunikace.....	31
2.5	Komunikační styly a metody	32
2.6	Psychologie komunikace s veřejností.....	36
2.6.1	Přesvědčovací projev	38
2.6.2	Praktické problémy veřejného projevu	42
3	TECHNIKY A NÁSTROJE PUBLIC RELATIONS.....	44
3.1	Media relations	45
3.2	Public affairs a government relations	53
3.3	Corporate identity	55
3.3.1	Techniky a nástroje corporate identity	56
3.4	Další techniky a nástroje public relations.....	61
3.4.1	Investor relations	61
3.4.2	Industry relations.....	62
3.4.3	Community relations.....	63
3.4.4	Employee relations.....	63
3.4.5	Minority relations.....	63
3.4.6	Sociální odpovědnost podniků	64
3.4.7	Veřejné akce.....	65
3.4.8	Publikace	66
3.4.9	Sponzorství.....	67
3.5	Nové trendy v public relations	68
4	ÚČINNOST PUBLIC RELATIONS.....	71
4.1	Metody měření public relations.....	72
4.2	Příklad měření účinnosti public relations	75
5	KRIZOVÁ KOMUNIKACE	77
5.1	Příčiny, průběh a typy krizí	80
5.2	Vývojové fáze krizové situace.....	83
5.3	Strategie urovnávání krizí.....	84
5.4	Příklady komunikace v krizi.....	89

6	ZADÁNÍ KE CVIČENÍM	91
7	SEZNAM LITERATURY	100
8	VĚCNÝ REJSTRÍK	103