

Obsah

Předmluva	7
I. Růst významu veřejného mínění	9
II. Marketing a metody public relations	21
III. Vznik a podstata metod public relations	33
IV. Public relations a veřejnost	53
1. Společnost a její vývojové trendy	54
2. Specifické společenské skupiny	64
3. Zaměstnanecká veřejnost	65
4. Vztah public relations a reklamy	70
5. Reklama	71
6. Sociální kontrola	77
V. Působení na veřejnost prostřednictvím masmédií	93
1. Komunikace: masmédiá a internet	93
2. Tisk	101
3. Rozhlas	105
4. Televize	108
5. Pracovníci public relations a žurnalisté	115
Výběr z použité literatury	122