

# OBSAH

1. ÚVOD .....	5
1. KOMUNIKACE.....	6
1.1. Teorie komunikace.....	6
1.2. Základní schéma komunikačního procesu .....	7
1.3. Masa .....	7
1.4. Masová komunikace.....	8
1.5. Účinky masové komunikace .....	8
2. HISTORIE PUBLIC RELATIONS .....	11
2.1. Historie public relations .....	11
2.2. Institucionalizace.....	14
2.3. Principy vytváření vztahů.....	15
3. ZÁKLADNÍ POJMY PUBLIC RELATIONS.....	19
3.1. Základní pojmy public relations.....	19
3.1.1. Corporate identity.....	19
3.1.2. Corporate design .....	20
3.1.3. Corporate Culture.....	21
3.1.4. Corporate Image.....	23
4. MARKETINGOVÝ KOMUNIKAČNÍ MIX .....	27
4.1. Marketingový komunikační mix .....	27
4.2. Komunikace s médii.....	28
4.2.1. Mediální zpravodajství o malých a středních firmách .....	28
4.2.2. Press office .....	29
4.2.3. Monitoring médií.....	30
4.2.4. Formy komunikace s médii .....	30
5. REKLAMA .....	34
5.1. Reklama v jednotlivých médiích.....	34
Cíle reklamy .....	35
5.2. Reklama v malém a středním podnikání .....	35
6. PUBLIC RELATIONS V MALÝCH A STŘEDNÍCH FIRMÁCH.....	37
6.1. Integrace public relations .....	37
7. MASOVÁ MÉDIA .....	43
7.1. Masová média .....	43
7.1.1. Mediální instituce.....	44
7.2. Tisk.....	45
7.3. Rozhlas .....	47
7.4. Televize .....	49
8. ZÁKLADY SPOLEČENSKÉ PREZENTACE .....	51
8.2. Písemná prezentace .....	51
8.3. Společenské chování .....	52
8.4. Pozdrav.....	53
9. POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA .....	54