

# Obsah

Úvod.....	1
1 Masmédia v České republice .....	3
1.1 Síť masmédií v České republice .....	3
1.2 Masmédia, společnost a kultura.....	5
1.2.1 Působení masmédií na veřejnost .....	6
1.3 Shrnutí.....	10
1.4 Úkoly .....	10
1.5 Literatura.....	10
2 Veřejné mínění.....	11
2.1 Veřejné mínění a jeho význam.....	11
2.1.1 Růst veřejného mínění.....	14
2.2 Tvůrci veřejného mínění.....	15
2.3 Cílové skupiny veřejného mínění .....	15
2.3.1 Externí a interní veřejnost.....	16
2.4 Public relations.....	17
2.5 Media relations .....	18
2.6 Shrnutí.....	18
2.7 Úkoly .....	19
2.8 Literatura.....	19
3 Komunikace s médii .....	20
3.1 Moc masmédií.....	20
3.1.1 Koncept mýtu .....	21
3.2 Volba vhodného druhu média .....	22
3.2.1 Zdroje informací .....	23
3.3 Desatera dobrých vztahů s masmédií .....	24
3.4 Shrnutí.....	25
3.5 Úkoly .....	26

3.6	Literatura.....	26
4	Masmédia.....	27
4.1	Tisk.....	27
4.1.1	Periodický tisk v České republice.....	29
4.2	Rozhlas.....	29
4.2.1	Rozhlas v České republice.....	31
4.3	Televize.....	31
4.3.1	Televizní vysílání v České republice.....	32
4.4	Internet.....	33
4.4.1	Internet v České republice.....	34
4.5	Shrnutí.....	35
4.6	Úkoly.....	35
4.7	Literatura.....	35
5	Formy informování veřejnosti.....	36
5.1	Tisková zpráva.....	36
5.2	Tisková konference.....	37
5.3	Další formy informování veřejnosti.....	39
5.3.1	Prezentace.....	39
5.3.2	Workshopy.....	40
5.3.3	Dny otevřených dveří.....	40
5.3.4	Pracovní snídaně a briefing.....	41
5.3.5	Výstavy a veletrhy.....	41
5.3.6	Happening a demonstrace.....	42
5.3.7	Další společenské a benefiční akce.....	42
5.4	Image a identita organizace.....	43
5.4.1	Prvky organizační kultury.....	44
5.5	Shrnutí.....	45
5.6	Úkoly.....	45
5.7	Literatura.....	46

6	Propagace.....	47
6.1	Symboly.....	47
6.2	Propagační materiály .....	49
6.3	Příprava a distribuce propagačních materiálů .....	54
6.4	Reklama.....	55
6.5	Sociologická a psychologická analýza trhu .....	56
6.6	Shrnutí.....	57
6.7	Úkoly .....	57
6.8	Literatura.....	58
7	Obsahová analýza médií.....	59
7.1	Analýza médií.....	59
7.2	Shrnutí.....	61
7.3	Úkoly .....	61
7.4	Literatura.....	62
8	Kterak svých cílů dosáhnout i jak se znemožnit.....	63
8.1	Novináři nejsou zlí, ale.....	63
8.1.1	Spolupráce vážne a jak z toho ven.....	63
8.1.2	Znemožnit se je tak snadné .....	65
8.1.3	I redaktoři mají své zbraně a jak na ně.....	66
8.2	Shrnutí.....	68
8.3	Úkoly .....	68
8.4	Literatura.....	68
9	Přílohy .....	69
9.1	Čtenost tisku v České republice.....	69
9.2	Poslechovost rádií v České republice .....	71
	Seznam použité literatury.....	73