

Úplný obsah

1. Veřejné mínění a komunikace jako východiško úspěšných PR	13
1.1 Postavení organizace na veřejnosti	14
1.2 Komunikace	15
1.3 Druhy veřejnosti a cílové skupiny	16
1.4 Komunikace jako východiško úspěšných PR, tj. komplexní práce s veřejností	18
2. Public Relations a jejich okolí	21
2.1 Public Relations a jejich definice, příbuzné pojmy a obory	22
2.2 Některé základní pojmy Public Relations	24
2.3 Cíle Public Relations	25
2.4 Public Relations a reklama	26
2.5 Public affairs - veřejné záležitosti	28
2.6 Perspektivy PR v neziskovém sektoru	29
2.7 Zavedení systematické práce s veřejností a PR-audit	29
2.8 Kampaně v PR	30
3. Prostředky práce s veřejností	43
3.1 Prostředky práce s veřejností	44
3.2 Zvláštní prostředky komunikace	44
Prvky organizační kultury	44
Název organizace	45
Logotyp	45
Slogan	46
Lobování jako prostředek PR	46
3.3 Tiskoviny	46
Jednoduché tiskoviny	47
Komponované tiskoviny	49
Drobné tištěné prostředky	52
Ostatní tiskoviny	53
3.4 Masmédia	54
Tisková média	56
3.5 Spolupráce se sdělovacími prostředky	56
Zásady spolupráce	57
4. Akce a osobní komunikace jako prostředky práce s veřejností	65
4.1 Akce obecně	66
4.2 Propagace akce	66
4.3 Společenské a benefiční akce	67
4.4 Vzdělávací a prezentační akce	69
4.5 Bojkoty, petice	69
4.6 Soudní spory	70
4.7 Happeningy a demonstrace	70
4.8 Osobní komunikace a práce s veřejností	70
4.9 Vyjednávání krok za krokem	72
4.10 Další druhy osobní komunikace	76