

## OBSAH:

Úvodem .....	5
<b>1. Historický vývoj pojmu a funkcí public relations (PR) ve společnosti .....</b>	<b>7</b>
1.1. PR jako společensko - politický nástroj .....	7
1.2. PR jako funkce managementu podniků a organizací .....	9
1.3. PR jako nástroj media relations .....	11
1.4. PR jako nástroj marketingové komunikace a součást marketingového mixu .....	13
1.5. PR jako součást komerčních aktivit médií .....	16
<b>2. Komunikace a komunikační proces .....</b>	<b>20</b>
2.1. Vymezení a význam komunikace .....	20
2.2. Komunikační proces .....	22
2.3. Komunikace organizace .....	27
2.4. Formy komunikace .....	30
2.5. Jak překonat bariéry v interpersonální komunikaci a úspěšně komunikovat .....	31
2.6. Komunikační kanály .....	32
2.7. Informační technologie a jejich vliv na komunikaci .....	33
2.8. Komunikace v mezinárodním prostředí - interkulturní komunikace .....	34
<b>3. Integrovaná komunikace a její zdroje .....</b>	<b>35</b>
3.1. Identita organizace .....	35
3.2. Organizační design .....	37
3.3. Image organizace .....	38
3.4. Kultura organizace .....	42
<b>4. Společenská odpovědnost v souladu s principy udržitelného rozvoje .....</b>	<b>44</b>
4.1. Vymezení společenské odpovědnosti .....	45
4.2. Argumenty „pro a proti“ společenské odpovědnosti .....	47
4.3. Identifikace stakeholderů .....	48
4.4. Koncepce udržitelného rozvoje .....	48
4.5. Reportování o udržitelnosti .....	49
4.6. Případová studie: Monitorování a následné reportování o stavu společenské odpovědnosti (skupina Czech Coal, a.s.) .....	50
4.7. Společenská odpovědnost v ČR .....	52
<b>5. Prostředí public relations .....</b>	<b>53</b>
5.1. Zásady fungování PR .....	53
5.2. Veřejnost .....	56
5.3. Instituce public relations .....	57
5.4. Etický kodex .....	58
<b>6. Nástroje integrované komunikace .....</b>	<b>59</b>
6.1. Public relations .....	59
6.2. Human relations .....	62
6.3. Sponzoring .....	63
6.4. Public affairs .....	67
6.5. Lobbying .....	70
<b>7. Krizová komunikace .....</b>	<b>71</b>
7.1. Symetrie krizové komunikace .....	72
7.2. Nátlakové skupiny .....	73

7.3. Krizový plán .....	74
7.4. Typy krizí .....	75
8. Media relations .....	77
8.1. Druhy médií .....	77
8.2. Spolupráce s redaktory .....	79
8.3. Tiskový mluvčí .....	80
8.4. Nástroje media relations .....	81
Seznam použité literatury .....	84

1. Úvod .....	10
2. Komunikace a komunikační proces .....	20
2.1. Význam a význam komunikace .....	20
2.2. Komunikační proces .....	22
2.3. Komunikační organizace .....	27
2.4. Formy komunikace .....	30
2.5. Jak přikročit k úspěšné komunikaci a úspěšné komunikaci .....	31
2.6. Komunikační kanály .....	32
2.7. Informační technologie a jejich vliv na komunikaci .....	33
2.8. Komunikace v mezinárodním prostředí - interkulturní komunikace .....	34
3. Integrovaná komunikace a její složky .....	35
3.1. Identifikace organizace .....	35
3.2. Organizační struktura .....	37
3.3. Jazyk organizace .....	38
3.4. Kultura organizace .....	42
4. Společenská odpovědnost v souladu s principy udržitelného rozvoje .....	44
4.1. Význam společenské odpovědnosti .....	45
4.2. Argumenty „pro a proti“ společenské odpovědnosti .....	47
4.3. Identifikace stakeholderů .....	48
4.4. Konkrétní udržitelný rozvoj .....	48
4.5. Reportování o udržitelnosti .....	49
4.6. Příprava studie: Monitorování a následná reportování o stavu společnosti .....	50
4.7. Společenská odpovědnost v ČR .....	52
5. Průběh public relations .....	53
5.1. Základní fungování PR .....	53
5.2. Vstupní .....	56
5.3. Interim: public relations .....	57
5.4. Exitový bod .....	58
6. Nástroje integrované komunikace .....	59
6.1. Public relations .....	59
6.2. Human relations .....	62
6.3. Sponzoring .....	63
6.4. Public affairs .....	67
6.5. Lobbying .....	70
7. Krizová komunikace .....	71
7.1. Systém krizové komunikace .....	71
7.2. Nástroje skupiny .....	73