



Jak prezentovat školu v médiích a na sociálních sítích

Obsah

CO VÁM PŘINESE TATO KNIHA.....	6
O sociálních sítích pro potřeby středních škol	6
O mediální prezentaci pro potřeby středních škol	6
PRO KOHO JE KNIHA URČENA.....	7
AUTOR KNIHY	8
SLOVO ÚVODEM	10
REJSTRÍK POJMŮ	11
NEJVÝRAZNĚJŠÍ ZMĚNY ZPŮSOBENÉ DIGITALIZACÍ A SOCIÁLNÍMI SÍTĚMI.....	13
KDO SE POHYBUJE VE VAŠÍ ŠKOLE	13
ÚSTUP TRADIČNÍCH PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ	14
OBRAZ MÍSTO TEXTU	16
KVANTITA PŘEVYŠUJE KVALITU	16
NOSITELEM INFORMACE V RÁMCI PROPAGACE ŠKOLY SE PRIMÁRNĚ STÁVÁ STUDENT	18
SOCIÁLNÍ SÍŤ JAKO MOŽNÝ PROSTŘEDEK VÝUKY	21
SOCIÁLNÍ SÍŤ PRO POTŘEBY STŘEDNÍCH ŠKOL	24
KTERÉ SOCIÁLNÍ SÍŤE JSOU VHDNÉ PRO STŘEDNÍ ŠKOLY?.....	25
Instagram.....	25
Facebook	28
Youtube	30
Linkedin.....	33
Twitter	36
JAK PRACOVAT SE SOCIÁLNÍMI SÍTĚMI PRO STŘEDNÍ ŠKOLY.....	38
HLEDISKO ČASU.....	39
Lineární koncept.....	39
Vertikální koncept	40
HLEDISKO PERSONÁLNÍHO OBSAZENÍ.....	43
Doporučené role v týmu.....	45
OBSAH PRO SOCIÁLNÍ SÍŤE A MEDIÁLNÍ PREZENTACI	48
Interní obsahový audit.....	50
Forma dotazníkového šetření	55
HLEDISKO OHODNOCOVÁNÍ	57
HLEDISKO KRIZOVÉ KOMUNIKACE.....	59
Odpovědi na komentáře na sociálních sítích	62
Vynechat emoce a emotikony	62
„Dovysvětlení“ škol k mediálním výstupům	63

MEDIÁLNÍ PREZENTACE STŘEDNÍ ŠKOLY	64
TEST: VYZKOUŠEJTE SI, JAKOU MEDIÁLNÍ ODEZVU MÁ VAŠE ŠKOLA.....	65
STRATEGIE PRO MEDIÁLNÍ PREZENTACI ŠKOLY	68
1. Nashromáždění materiálů a následná selekce	68
2. Výběr témat a jejich rozpracování za účelem mediální prezentace školy ..	68
3. Tvorba článků	68
NÁVRHY TÉMAT PRO MEDIÁLNÍ PREZENTACI STŘEDNÍ ŠKOLY	69
1. Témata s přesahem	69
2. Téma vybočující z řady	73
Vhodný tip na využití aktuálních společenských témat	76
3. Úspěšní absolventi školy	78
Důležitost absolventů v propagaci učňovského školství	82
4. Společensky odpovědná škola.....	83
CENNÉ RADY, JAK PSÁT ČLÁNKY PRO POTŘEBY STŘEDNÍ ŠKOLY Z HLEDISKA OBSAHU.....	85
STRUKTURA ČLÁNKU	87
1. Titulek neboli nadpis je základ článku	87
2. Perex článku	91
3. Text zprávy	93
Bez omáčky, krátí se od konce	94
Čeho se obecně při psaní vyvarovat	94
JAK SI ZÍSKAT NOVINÁŘE A DOSTÁVAT SE TAK DO MÉDIÍ	95
Novinář jako partner.....	96
SOUČASNÝ STAV ČESKÉ ŽURNALISTIKY	98
O autorizaci	99
Ukázka mediální přípravy školy.....	100
DOPORUČENÝ POSTUP	105
1. krok: Obsahový audit a dotazníkové šetření.....	105
2. krok: Sestavení rolí v týmu a určení klíčových akcí.....	105
3. krok: Prezentace důležitých novinek pro nový školní rok.....	106
4. krok: Spuštění činností: sociální síť a mediální prezentace	106
Patero doporučení	106
INTERNETOVÁ GENERACE	109
PROSTŘEDÍ.....	109
Tolerance k vývoji technologií a sociálním sítím	109
Dostupnost k wifí připojení	110
Množství uživatelů na sociálních sítích	110
Hegemoni sociálních sítí	111
Denně strávený čas na sociálních sítích	111
Změna komunikačních forem.....	111
IDENTIFIKACE SOUČASNÝCH STUDENTŮ STŘEDNÍCH ŠKOL.....	113
Generace Z.....	115
Generace alfa.....	116