

Obsah

MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE.....	10
ÚVOD.....	10
MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE A PUBLIC RELATIONS.....	12
Reklama.....	12
Podpora prodeje.....	13
Osobní prodej.....	13
Přímý marketing.....	14
Public Relations.....	14
PUBLIC RELATIONS JAKO VÝCHODISKO PRO MEDIA RELATIONS.....	14
Východiska Public Relations.....	14
Veřejné mínění.....	14
Image.....	15
Corporate Identity.....	16
Public Relations.....	17
Typy Public Relations.....	18
Varianty public relations.....	18
Komunikační proces Public Relations a jeho prvky.....	19
Prostředky Public Relations.....	22
MEDIA RELATIONS.....	26
MASOVÁ MÉDIA.....	26
Veřejnoprávní a soukromá média.....	27
Seriózní a bulvární média.....	28
Mediální témata.....	28
KDO JE KDO V MÉDIÍCH.....	34
ČESKÁ MEDIÁLNÍ SCÉNA A CHARAKTERISTIKA MÉDIÍ.....	38
Noviny.....	38
Časopisy.....	39
Rozhlas.....	41
Televize.....	42
Internet.....	43
Tiskové agentury.....	44
CÍLE KOMUNIKACE S MÉDII A JEJICH VÝBĚR.....	44
ORGANIZACE A ODBORNÍCI PUBLIC RELATIONS.....	46
Lidé v Public Relations.....	46
Místo Public Relations v organizační struktuře organizace.....	47
Vnitřní organizace a náplň práce útvaru Public Relations.....	49

ZÁSADY PRÁCE ODBORU PUBLIC RELATIONS.....	51
TISKOVÝ MLUVČÍ.....	52
Tiskový mluvčí a média.....	52
Osobnost tiskového mluvčího.....	53
Náplň práce tiskového mluvčího.....	53
VYTVÁŘENÍ DATABÁZÍ REDAKCÍ A NOVINÁŘŮ.....	54
MONITORING MÉDIÍ A ÚČINNOST MEDIA RELATIONS.....	56
Operativní vyhodnocování.....	57
Analýza ad hoc.....	58
Dlouhodobá analýza.....	59
NÁSTROJE MEDIA RELATIONS.....	60
PROSTŘEDKY INDIVIDUÁLNÍHO PŮSOBENÍ.....	60
Osobní schůzky a známosti s novináři.....	60
Telefonické kontakty novinářů.....	61
Dopisy a elektronická komunikace s novináři.....	62
TISKOVÁ ZPRÁVA.....	63
O kvalitě tiskových zpráv obecně.....	63
Co tiskovou zprávou zveřejňujeme?.....	64
Formát a náležitosti tiskové zprávy.....	65
Text tiskové zprávy.....	66
Grafická podoba tiskové zprávy.....	67
Kompozice zprávy.....	68
Fotografie a tisková zpráva.....	69
Příprava odesílání tiskové zprávy.....	71
TISKOVÁ KONFERENCE.....	74
Kdy pořádat tiskovou konferenci.....	74
Kde tiskovou konferenci uspořádat?.....	75
Kdy pořádat tiskovou konferenci?.....	76
Aby novináři přišli.....	77
Příprava a realizace tiskové konference.....	78
Hodnocení tiskové konference.....	84
UCELENÉ MEDIÁLNÍ AKCE.....	84
Co jsou mediální akce?.....	85
Cíle mediální akce.....	86
Příprava mediální akce.....	86
Mediální akce a média.....	88
ZÁKLADNÍ ZÁSADY KOMUNIKACE S MÉDII.....	90
KDO JSOU NOVINÁŘI A JAK S NIMI KOMUNIKOVAT?.....	90
Rozhovor.....	91

Rozhovor po telefonu	93
Rozhovory v televizi a rozhlasu	94
Rozhovory s novináři z deníků a časopisů.....	96
Projevy na tiskových konferencích	96
Neformální setkání	97
Novinářské triky.....	98
KRIZOVÁ KOMUNIKACE.....	100
DRUHY KRIZOVÝCH SITUACÍ.....	100
KRIZOVÝ PLÁN	101
Krizový scénář	103
STRATEGIE KRIZOVÉ KOMUNIKACE	104
ZÁSADY KRIZOVÉ KOMUNIKACE.....	105
Třístupňové schéma průběhu krize	106
Komunikační zásady.....	107
Krize a přímý vztah k médiím.....	107
ETIKA V PUBLIC RELATIONS.....	109
ETIKA OBCHODU	109
Etika a etické kodexy organizací	110
ETICKÉ KODEXY V PR.....	111
Athénský kodex.....	112
APRA a ICCO	113
Základní etické pravidlo práce PR.....	115
POUŽITÉ A CITOVANÉ ZDROJE:.....	117