

## **Obsah:**

<b>1. Public Relations</b>	
1. 1. Charakteristika PR	7
1. 1. 1. Teorie PR	9
1. 2. Historie PR	10
1. 3. Subjekty PR	12
1. 4. Využití a cíle PR	14
1. 5. Nástroje PR	18
1. 6. PR školských zařízení	21
<b>2. Image manažera</b>	<b>26</b>
2.1. Charakteristika sociální percepce	29
2. 1. 1. Zákonitosti sociální percepce	29
2. 1. 2. Vnímání druhého člověka	29
2. 1. 3. Složky percepce	30
2. 1. 4. Zdroje vnímání druhého	31
2. 1. 5. Chyby v posuzování	32
2. 1. 6. Doporučení pro kvalitní sociální percepci manažera	36
2. 2. Komunikace	39
2. 2. 1. Pojem komunikace	39
2. 2. 2. Komunikační kontext	40
2. 2. 3. Význam komunikace v interpersonálních vztazích	41
2. 2. 4. Komunikační schéma	42
2. 2. 5. Způsoby komunikace	45
2. 2. 6. Druhy komunikace	47
2. 2. 7. Zásady účinné komunikace	51
2. 2. 8. Typologie osobnosti-komunikační typologie	54
2. 2. 9. Bariéry komunikace	55
2. 2. 10. Zlozvyky a chyby při komunikaci	57
2. 2. 11. Individuální komunikační dovednosti manažera	58
2. 2. 12. Vyjednávání jako metoda individuálního působení v PR	66
2. 3. Vytváření dojmů- Impression Management	66
2. 3. 1. Vytváření dojmů jako součást každodenního života	67
2. 3. 2. Budování image, péče o něj a jeho obrana	67
2. 3. 3. Předpoklady pro funkci manažera	68
<b>3. Zdroje a použitá literatura</b>	<b>72</b>