



Název modulu:

PR strategie a aktuální trendy

Lektor:

Mgr. Jiří Kocich, MBA

Anotace modulu:

Modul představuje celkový pohled na strategický koncept a zároveň podrobně rozpracovává jeho jednotlivé fáze. Soustředí se především na nejčastější analytické přístupy, dále podrobně formuluje přístupy k cílům a cílovým skupinám, které jsou základem úspěšného nastavení strategického plánu. Zmiňuje i jednotlivé taktické nástroje využitelné v komplexním komunikačním plánu. Věnuje se také v obecné rovině hodnocení jak na straně vstupů a samotné realizace, tak i na straně výstupů, které vnímá jako základní rovinu pro další rozvoj a aktualizaci strategických plánů.

Cíl modulu:

Pozornost je věnována problematice PR jako jedné z forem komerčních a marketingových komunikací. Cílem modulu je objasnit účastníkům programu představit jednotlivé fáze tvorby strategického konceptu public relations. Ukázat teoretické pohledy i praktické postupy, které vedou ke zpracování komplexního dlouhodobého konceptu komunikace.

Zakončení modulu (seminární práce, případová studie) :

Modul je zakončen seminární prací.

Literatura:

Povinná literatura:

1. Austin, E. W., Pinkleton, B. E.: Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Programs. Routledge, 2006.
2. Kopecký L.: Public relations Dějiny – Teorie – Praxe. Grada, 2013.
3. Oliver, S.: Public Relations Strategy. Kogan Page, 2010.
4. Stejskalová, D., Horáková, I., Škapová, H.: Strategie firemní komunikace. Management Press, 2008.

Doporučená literatura:

5. Brown, R.: Public Relations and the social web. Kogan Page, 2011.
6. Bystrov, V., Růžička, M.: Firemní komunikace řízení reputace. Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity v Brně, 2006.
7. Gregory, A.: Public Relations in Practice. Kogan Page, the Institute of Public Relations.
8. Gregory, A.: Planning and Managing Public Relations Campaigns, Kogan Page, 2010.
9. Kotler, P., Keller, K. L.: Marketing management. Grada, 2013.
10. Theaker, A.: The Public Relations Handbook. Routledge, 2001.
11. Watson, T., Noble, P.: Evaluation Public Relations. Kogan Page, 2005.