

# Informačný list pre predmet PUBLIC RELATIONS

|   |  |
|---|--|
| <b>Vysoká škola:</b>                                | Paneurópska vysoká škola   |
| <b>Fakulta:</b>                                     | Fakulta masmédií   |
| <b>Kód predmetu:</b>                                | BMMD10142  |
| <b>Názov predmetu:</b>                              | Public relations   |
| <b>Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností:</b> |  |
| prednáška   | 1 hod. týždenne / 24 hod. za semester štúdia<br>(prezenčná metóda) |
| seminár   | 1 hod. týždenne (prezenčná metóda)                                 |
| <b>Počet kreditov:</b>                              | <b>5</b>   |
| <b>Odporúčaný semester/trimester štúdia:</b>        | Mediálna komunikácia   |
| <b>Stupeň štúdia:</b>                               | 1.   |
| <b>Podmieňujúce predmety:</b>                       | žiadne   |
| <b>Podmienky na absolvovanie predmetu:</b>          |  |
| Seminárna práca, záverečný test.                    |  |

## Výsledky vzdelávania:

Cieľom je oboznámiť študentov so základnými teoretickými východiskami v PR, s dôrazom na prepojenie teórie s praxou, analýza prípadových štúdií v rôznych oblastiach PR. Študenti si osvoja poznatky z vývoja public relations, nástrojmi komunikácie s médiami, získajú poznatky o etike vo public relations, ako aj základné informácie o postavení a kompetenciách PR pracovníka ako najdôležitejšieho článku tvorby vzťahov s médiami. Cieľom predmetu je poskytnúť teoretické tak praktické poznatky z problematiky prípravy a realizácie public relations, ako aj uplatňovanie konkrétnych nástrojov PR na presadzovanie cieľov PR. Zároveň študenti získajú vedomosti z oblasti etiky public relations.

## Stručná osnova predmetu:

1. PR v systéme nástrojov marketingovej komunikácie. Definícia. PR vs. reklama. Vývoj PR.

HEJLOVÁ, D. 2015. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015.

CAYWOOD, C. L. Public Relations. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2003. 600 s. ISBN 80-7226-886-4.

2. Interné PR – nástroje internej komunikácie

SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vyd. Praha: Grad, 2009. 239 s. Expert.

ISBN 978-80-247-2866-7.

ŽÁRY, I. Cesta k úspechu . Bratislava: HEVI, 1995

3. Media relations (tvorba tlačových správ, príprava tlačových podujatí, mediálny trh a jeho špecifiká, monitoring a jeho analýza, tvorba tém pre médiá...).

CHUDINOVÁ, E., TUŠER, A. 2013. Kompetentný hovorca. 1. vydanie. Žilina : EUROKÓDEX, 2013. 168 s., ISBN 978-80-8155-019-5

VĚRČÁK, V., GIRGAŠOVÁ, J., LIŠKAŘOVÁ, R. 2004. Media Relations není manipulace. Praha : Ekopress, s.r.o., 2004. 136 s. ISBN 80-86119-43-2.

4. Ďalšie nástroje externej komunikácie – public affairs, editorial marketing, events

LABSKÁ, H., TAJTÁKOVÁ, M., FORET, M. 2009. Základy marketingovej komunikácie. Bratislava: EUROKÓDEX, s.r.o., 2009. 232 s. ISBN 978-80-89447-11-4.

SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vyd. Praha: Grad, 2009. 239 s. Expert. ISBN 978-80-247-2866-7.

5. Komunikácia prostredníctvom nových (sociálnych) médií – web, blogy, facebook, atď.  
Online PR

SCOTT, D. M. Nová pravidla marketingu a PR. 1. vyd. Brno: Zoner Press, 2008. 272 s. Encyklopedie Zoner Press. ISBN 978-80-86815-93-0.

KOLEKTIV AUTORU.2014. Online marketing. Brno, Computer press, 2014. ISBN978-80-251-4155-7

6. Krízová komunikácia (druhy kríz, nástroje krízovej komunikácie, rozdelenie cieľových skupín, definovanie krízového tímu, tvorba krízového manuálu, analýza praktických príkladov)

CHALUPA, R. 2012. Efektivní krizová komunikace pro všechny manažery a PR specialisty. Praha, Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4234-2.

SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vyd. Praha: Grad, 2009. 239 s. Expert. ISBN 978-80-247-2866-7.

7. Hovorca ako komunikátor. Terminologické ukotvenie. Ako pracuje.

CHUDINOVÁ, E., TUŠER, A. 2013. Kompetentný hovorca. 1. vydanie. Žilina : EUROKÓDEX, 2013. 168 s., ISBN 978-80-8155-019-5

FTOREK, J. Public relations jako ovlivňování mínění. Praha: Grada, 2009.

8. Editorial marketing – príprava rôznych druhov firemných časopisov. Sponzoring a charita.

SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vyd. Praha: Grad, 2009. 239 s. Expert. ISBN 978-80-247-2866-7.

ŽÁRY, I. Cesta k úspechu . Bratislava: HEVI, 1995

9. Event marketing.

LABSKÁ, H., TAJTÁKOVÁ, M., FORET, M. 2009. Základy marketingovej komunikácie. Bratislava: EUROKÓDEX, s.r.o., 2009. 232 s. ISBN 978-80-89447-11-4.  
HEJLOVÁ, D. 2015. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015.

10. Lobing, Celebrity PR.

HEJLOVÁ, D. 2015. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015.  
SVOBODA, V. Public relations moderně a účinně. 2. vyd. Praha: Grad, 2009. 239 s. Expert. ISBN 978-80-247-2866-7.

11. Etika v PR.

FTOREK, J. Public relations jako ovlivňování mínění. Praha: Grada, 2009.  
HEJLOVÁ, D. 2015. Public relations. Praha: Grada Publishing, 2015.

**Odporúčaná literatúra:**

**Jazyk, ktorého znalosť je potrebná na absolvovanie predmetu:** slovenský jazyk

**Poznámky:**

**Hodnotenie predmetov:**

|  |          |          |          |          |           |
|--|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Celkový počet hodnotených študentov: 132 |          |          |          |          |           |
| <b>A</b>                                 | <b>B</b> | <b>C</b> | <b>D</b> | <b>E</b> | <b>FX</b> |
| 50,0 %                                   | 23,5 %   | 18,2 %   | 6,8 %    | 1,5 %    | 0 %       |

**Vyučujúci:**

doc. PhDr. Eva Chudinová, PhD. (cvičiaci, prednášajúci, skúšajúci)  
doc. PhDr. Michal Vašečka, Ph.D.  
(zodpovedný za predmet)

**Dátum poslednej zmeny:**

8. 6. 2021

**Schválil:**

doc. PhDr. Michal Vašečka, Ph.D.