

6.7.3.	Přístup k tématům	85
6.8.	Scénář krizové komunikace	86
6.9.	Komunikace v krizových momentech korporace	89
6.10.	Typy krizí	91
6.10.1.	Strategie urovnání krize	93
6.10.2.	Způsob argumentace	96
6.11.	Styk s médii v krizi	97
6.12.	Úloha externích poradců	102
7.	KAMPANĚ, BOJKOTY, NÁTLAKOVÉ SKUPINY	103
7.1.	PR kampaně	104
7.1.1.	Situační analýza	105
7.1.2.	Plánování	106
7.1.3.	Kontrola a zpětná vazba	107
8.	IDENTITA A IMAGE	109
8.1.	Vize	109
8.2.	Image	111
9.	ZAŘAZENÍ KOMUNIKACE V ORGANIZAČNÍ STRUKTUŘE ORGANIZACE	115
9.1.	Pole působnosti	115
10.	EXTERNÍ A INTERNÍ KOMUNIKACE	119
10.1.	Interní komunikace	119
10.1.1.	Nástroje interní komunikace	120
10.2.	Externí komunikace	122
10.2.1.	Nástroje externí komunikace	124
10.3.	Umění přihlásit se o slovo	126
10.3.1.	Jazyk a styl	127
10.4.	Komunikace a etika	138
11.	MEDIÁLNÍ ANALÝZA	145
11.1.	Co je obsahová analýza?	146
11.2.	Obsahová analýza jako nástroj strategického řízení komunikace s veřejností	148
11.3.	Analýza trendů	150
11.4.	Možnosti a meze obsahové analýzy	152
12.	STRATEGICKÝ MANAGEMENT INFORMACÍ	155
12.1.	Témata zpravodajství o podnicích ve vedoucích týdenících	160
12.2.	Faktory ovlivňující úspěch strategické komunikace	162
	POUŽITÁ LITERATURA	171

POUŽITÁ LITERATURA

- ALLEN, Thomas: Technique for Public Relations Management. In: Public Relations Review, Vo. VI, No. 2, 1980.
- APITZ, Klaus: Konflikte, Krisen, Katastrophen: Präventivmassnahmen gegen Imageverlust. FAZ 1987.
- ARGYRIS, Chris: Personality and organisation. The Conflict Between System and the Individual. Harper & Row, New York 1957.
- AVENARIUS, Horst: Public relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. WBC, Darmstadt, 1995.
- AVENARIUS, Horst / AMBRECHT, Wolfgang (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Opladen 1992.
- BEARNS, Barbara (Hrsg.): PR Erfolgskontrolle. Frankfurt n. Main, IMK 1995.
- BERNAYS, Edward L.: Crystalizing Public Opinion. Liveright, New York, 1929.
- BRAUER, Gernot: ECON Handbuch Öffentlichkeitsarbeit. Econ Verlag Düsseldorf, 1993.
- BÜTSCHI, Gerhard: PR-Metaplanung. Haupt, Bern, Stuttgart, Wien, 1998.
- CORNMIC, G.W.: The "Theory" and Practice of Environmental Mediation. In: Environmental Professional, 2/1998, str. 27.
- DAVIS, Stanley N.: Managing Corporate Culture. New York, 1984.
- DEMUTH, Alexander: Image und Wirkung. In: Wirtschaftswoche, GWP, Düsseldorf 1987.
- DEMUTH, Alexander: Erfolgsfaktor Image. Econ, Düsseldorf, Wien, New York, 1994.
- FIETKAU H.J., WEIDNER H.: Meditationsverfahren in der Umweltpolitik. In: Aus politik und Zeitgeschichte. Příloha týdeníku "Das Parlament", B. 39-40/92, září 1992.
- GRUNIG, James E.: Organisations and public Relations: Testing a Communication Theory. In: Journalism Monographs. No.46, 1976
- GRUNIG, James E.: Managing Public Relations. New York, Chicago 1984.
- GRUNIG, James E.: Symmetrical Presuppositions as a framework for public Relations Theory. In: Bota, C. a Hazleton, V. (vydav.) Public Relations Theory 1989.
- HARLOW, Rex F.: Building a public Relations definition. In: Public Relations, Essen, Girardet 1959.

- CHASE, Howard, W.: Public issue Management. The new Science. In: PR Journal 33, 1977.
- KOCHER Alfred, BIERMEIER, Eliane: Public Relations? Public Relations! Verlag TUV Rheinland, 1992.
- KOTLER, Peter, MINDAKL, Walter: Marketing and public Relations. Should They be Partners or Rivals? In: Journal of Marketing, č. 42, 1978.
- LESLEY, Philip: Public Relations. Praha, Victoria publishing 1995.
- McCOMBS Maxwell, SHAW Donald: The Agenda Setting Function of the Mass Media. In: Public Opinion Quarterly 36, 1972.
- NĚMEC, Petr: Public relations. Zásady komunikace s veřejností. Praha, Management Press 1993.
- NĚMEC, Petr: Public Relations. Praxe komunikace s veřejností. Praha, Management Press 1996.
- NĚMEC, Petr: Dobrý image se podniku vyplatí. In: Moderní řízení č.9/1996 str. 38. Economia Praha, 1996.
- NĚMEC Petr: PR: Komunikace v konfliktních a krizových situacích. Praha, Management Press 1998.
- OEKL, Alfred: Handbuch der public Relations. Düsseldorf, Wien 1976.
- REINEKE, Wolfgang, EISELE, Hans: Taschenbuch der Öffentlichkeitsarbeit. Public Relations in der Gesamtkommunikation. I.H. Sauer-Verlag GmbH, Heidelberg, 1991.
- REINEKE, Wolfgang, GOLLUB, Wolfgang, SCHUNK, Claudia: Gesamtkommunikation. I.J. Sauer-Verlag GmbH, Heidelberg 1996.
- RENFRO, William L.: Issues Management: The American Experience. in: International Public Relations review, Vol. 13, No. 4, 1998.
- RONNEBERGER, Franz, RUHL, Manfred: Theorie der public Relations, ein Entwurf. Westdeutscher Verlag 1993.
- SEKERA, Jiří: Styl, jazyk a novinové žánry. Manuál pro interní potřebu redakce HN. HN, 1993.
- SCHATZ, Rolland a kolektiv: Strategisches Informationsmanagement. InnoVatio Verlag AG. Bonn, 1998.

