

OBSAH

ÚVOD.....	5
1. KOMUNIKÁCIA A PUBLIC RELATIONS.....	7
1.1 Miesto Public relations v teoretickom marketingu.....	7
1.2 Marketingová komunikácia.....	13
1.3 Integrovaná marketingová komunikácia a PR.....	15
2. PUBLIC RELATIONS.....	17
2.1 Definícia, ciele a funkcie public relations v podniku.....	17
2.2 História public relations.....	20
2.3 Čo, alebo kto je verejnosť.....	23
2.4 Masovo komunikačné médiá.....	26
2.5 Média a ich vlastnosti.....	30
3. TECHNIKY A NÁSTROJE PUBLIC RELATIONS.....	33
3.1 Tlačový hovorca.....	33
3.2 Vzťah s médiami.....	36
3.3 Tlačová správa.....	38
3.4 Tlačová konferencia.....	41
3.5 Corporate Identity.....	43
3.6 Podniková kultúra.....	46
3.7 Krízová komunikácia.....	49
3.8 Public relations a nové médiá.....	54
3.9 Event marketing.....	65
3.10 Sponzoring.....	69
3.11 Publicita produktu.....	72
3.12 Lobbying.....	72

4.	POSTUP PRI TVORBE PR KOMUNIKÁCIE.....	75
4.1	Plán pre public relations podniku.....	75
4.2	Príprava účinnej komunikačnej kampane.....	81
4.4	Etika komunikačnej kampane.....	87
4.5	Meranie účinkov public relations.....	89
	ÚLOHY NA ZOPAKOVANIE.....	96
	ZÁVER.....	99
	REGISTER POJMOV	101
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	105