

Obsah publikace

MANUÁL KOMUNIKACE PRO MANAŽERY

1	Public relations	9
1.1	Definice public relations	13
1.2	Proč se věnovat public relations	15
1.3	Etika v public relations	17
1.4	Pravidla komunikace s médii	21
1.5	PR agentury, mediální poradci a další	27
1.5.1	PR agentura	29
1.5.2	Mediální poradce	35
1.5.3	Freelancer/ghostwriter/copywriter	37
1.6	Mediaplán	39
1.7	Tisková zpráva	43
1.7.1	Téma tiskové zprávy	45
1.7.2	Skladba tiskové zprávy	49
1.7.3	Adresáti tiskové zprávy	51
1.7.4	Časté chyby	55
1.7.5	Příklady tiskových zpráv	57
1.8	Tisková konference	61
1.9	Co je to mediální partnerství	65
1.10	Pro koho je mediální partnerství určeno	67
1.11	Jak postupovat při výběru média pro MP	69
1.12	Druhy a forma inzerce	71
1.13	Co nabídnout médiím	77
1.14	Smlouva	81
1.15	Propagace po akci	83
2	Komunikace na pracovišti	87
2.1	Jak komunikovat na pracovišti	89
2.2	Motivace k vyšším pracovním výkonům	90
2.3	Neverbální komunikace	93
2.3.1	Neverbální aspekty mluvy	94
2.3.2	Srozumitelnost gest	96
2.4	Verbální komunikace	99
2.4.1	Rétorické dovednosti, řečnické schopnosti	100
2.4.1.1	Ač všichni hovoří jedním jazykem, ne vždy si dobře rozumějí	100
2.4.1.2	S nepochopením významu se setkáváme na každém kroku	103
2.4.2	Jak mají hovořit manažeři	105
2.4.2.1	Stavba řeči	107
2.5	Oslavy a svátky ve firmě	110
2.5.1	Jak se připravit do společnosti	111
2.5.2	První kontakt	113

2.5.3	Jak a o čem hovořit.	115
2.5.4	Blahopřání a kondolence	119
2.6	Zaměstnavatelé a odbory	123
2.6.1	Úloha odborů.	123
2.6.2	Kolektivní smlouva	125
2.6.3	V kolektivní smlouvě lze upravit	129
2.6.4	Konfliktní situace při vyjednávání s odbory ...	131
2.7	Předvánoční firemní večírky	133
2.7.1	Jak vybírat podnik	135
2.7.2	Pozvánka na předvánoční večírek	137
2.7.3	Předvánoční večírek začíná	139
2.8	Klasická a elektronická novoroční přání	141
2.9	Rétorika	143
2.9.1	Český jazyk – náš nástroj	149
2.9.2	Jsme ztraceni.....	151
2.9.3	Technika – náš pomocník	153
2.10	Image	155
2.10.1	Osobní image	155
2.10.2	Tvorba image.....	159
2.10.2.1	Oblečení a upravenost	159
2.10.2.2	Gesta a mimika	162
2.10.2.3	Společenské chování	163
2.10.2.4	Image konzultant	164
2.10.2.5	Firemní image	165
2.10.2.5.1	Corporate design	166
2.10.2.5.2	Corporate communication	167
2.11	Time management	171
2.11.1	Ukradený čas	173
2.11.2	Plánování času	175
2.11.3	Jak vyzrát na čas	177
2.12	Řečnické taktiky a triky	181
2.12.1	Rozhovor	181
2.12.1.1	Kdo se nezeptá, nic se nedoví.	183
2.12.1.2	Průběh rozhovoru	185
2.12.1.3	Taktiky aneb jak na to	187
2.12.2	Konfliktní rozhovor	189
2.12.2.1	Řečnické triky	191
2.12.2.2	Jak řešit konfliktní diskusi	195
2.13	Vyjednávání	199
2.13.1	Fáze vyjednávání	201
2.13.2	Námítky při vyjednávání	205
2.14	Vnitrofiremní komunikace	207
2.14.1	Cíle vnitrofiremní komunikace	209
2.14.2	Fungující interní komunikace	211
2.14.3	Komunikační dovednosti manažera	213
2.14.4	Vnitrofiremní komunikační kanály	217
2.14.5	Formy vnitrofiremní komunikace	219
2.14.6	Firemní časopis	223

3	Problémové situace na pracovišti	227
3.1	Problémoví pracovníci	231
3.1.1	Lidé s výkonovými problémy	233
3.1.2	Lidé s kázeňskými problémy	237
3.1.3	Zvládnání agrese a hněvu.	239
3.1.4	Manipulace	247
3.1.5	Absentéři	253
3.1.6	Skoupí na slovo	255
3.1.7	Příliš hovorní	257
3.1.8	Smradoši	259
3.1.9	Perfekcionisté	261
3.2	Mobbing	267
3.2.1	Kyberšikana	279
3.2.2	Stalking	289
3.3	Management stresu	295
3.4	Diskriminace	303
3.4.1	Ageismus	305
4	Komunikace občana a úřadu	311
4.1	Povinná a nepovinná komunikace	313
4.2	Občan a informace	317
4.3	Přístup k informacím	329
4.4	Telefonní jednání s občanem	331
4.4.1	Etiketa při telefonování	335
4.4.2	Etiketa a mobilní telefony	337
4.5	Osobní jednání s občanem	339
4.5.1	Etiketa při komunikaci na úřadech	341
4.5.2	Asertivita, aneb jak říci NE	343
4.5.3	Jak jednat s občany	345
4.6	Písemné jednání s občanem	347
4.6.1	Vyřizování stížností	349
4.6.2	Vnitřní kultura úřadu	351
4.7	Práva občana	353
4.8	Práva a povinnosti zastupitele	355
4.9	Povinnosti úředníků	357
4.10	Etické kodexy	359
4.10.1	Návrh etického kodexu pracovníka městského úřadu (Hradec Králové).	359
4.10.2	Návrh etického kodexu zaměstnance ve veřejné správě (Ministerstvo vnitra ČR)	361
5	Reklamní a dárkové předměty	365
5.1	Běžné reklamní předměty	369
5.2	Luxusní reklamní předměty	373
5.3	Sezónní reklamní předměty	375
5.4	Reklamní předměty s duší	377
5.5	Spolupráce s reklamní agenturou	381
5.6	Obchodní a kulturní zvyklosti	385

6	Veletrhy a výstavy	389
6.1	Veletrh z pohledu pořadatele	395
6.2	Veletrh z pohledu návštěvníků	399
6.3	Veletrh z pohledu vystavovatelů	403
6.4	Doprovodný program	419
6.5	Interakce s návštěvníky	423
6.6	Koho (ne)chceme potkat na veletrhu	431
6.7	Jak hodnotit efektivnost účasti veletrhu	443
6.8	Veletrh skončil, projekt pokračuje	455
6.9	Jak nabyté kontakty a informace proměnit v marketingovou výhodu	457
6.10	Závěrečná zpráva	465
6.11	Propagace regionů, obcí a míst	471
6.12	Dopadlo to špatně?	475
7	Prezentace	479
7.1	Stanovení cíle	483
7.2	Publikum a situace	485
7.3	Vizuální pomůcky a technické vybavení	487
7.4	Osobnost řečníka	491
7.5	Formy prezentace	497
7.6	Navázání kontaktu	501
7.7	Otázky a odpovědi	505
7.8	Obtížné publikum	507
7.9	Chyby při prezentaci	511
7.10	Zhodnocení prezentace	513
7.11	Desatero úspěšné prezentace	515
8	Komunikace se zákazníkem	517
8.1	Jak získat nového zákazníka	519
8.2	Typologie zákazníků	521
8.3	Zásady komunikace se zákazníkem	525
8.4	Obchodní jednání	527
8.5	Po uzavření obchodu	529
8.6	Chování personálu v menších obchodech a restauracích	531
8.6.1	První dojmy	533
8.6.2	Pracovní problémy řešte v zákulisí	535
8.6.3	Komunikujte se zákazníkem	537
8.6.4	Kontrolujte zaměstnance	539
8.6.5	Jednejte se zákazníkem na rovinu	541
8.6.6	Využívejte svých předností	543
9	Společenská odpovědnost firmy a etický kodex	545
9.1	Společenská odpovědnost firmy	549
9.1.1	Ekonomická rovina CSR	557
9.1.2	Společenská rovina CSR	559
9.1.3	Ekologická rovina CSR	567
9.2	Etický kodex	575

10	Týmová práce	589
10.1	Co je to tým	591
10.1.2	Jaké jsou přednosti práce v týmu	593
10.1.3	Druhy pracovních týmů	595
10.2	Jak sestavit tým	597
10.2.1	Týmové role	599
10.3	Formování týmu	605
10.4	Vedení týmu k efektivitě	607
10.4.1	Co je cílem a jak ho dosáhneme	609
10.4.2	Vedení týmu	611
10.4.3	Týmová spolupráce	613
10.4.4	Úskalí týmové práce	615
10.5	Porada	619
10.5.1	Typy porad	621
10.5.2	Příprava na poradu	625
10.5.3	Vedení porady	629
10.5.4	Zápis z porady	633
10.6	Tvůrčí techniky aneb mozky bouří	635
10.6.1	Brainstorming	637
10.6.2	Brainwriting	641
10.7	Komunikace v týmu	643
10.7.1	Osobní komunikace tváří v tvář	645
10.7.2	Rozhovor	649
10.7.3	Písemná a elektronická komunikace v týmu	653
10.8	Budování týmu	655
10.8.1	Teoretická východiska a přístupy k budování týmu	659
10.8.2	Teambuilding	665
10.9	Destruktivní a patologické jevy v pracovní skupině	669
10.9.1	Manipulace	671
10.9.2	Obtěžování	673
10.9.3	Stres	677
10.9.4	Syndrom vyhoření	681
10.10	Pracovní motivace a stimulace	683
10.11	Hodnocení	689
10.11.1	Systematické hodnocení pracovníků	691
10.11.2	Hodnotící pohovor	697
10.11.3	Vzory hodnotících formulářů	701
11	Korespondence a elektronická komunikace ...	713
11.1	Úprava úřední korespondence	717
11.1.1	Dopisní papíry	719
11.1.2	Písmo	721
11.1.3	Záhlaví úředního dopisu	723
11.1.3.1	Úprava adres	725
11.1.3.2	Referenční pole	727
11.1.3.3	Odvolací údaje	729
11.1.4	Stať úředního dopisu	731
11.1.5	Závěr úředního dopisu	733

11.1.6	Obálka úředního dopisu	737
11.2	Úprava osobní korespondence.....	739
11.2.1	Dopisní papíry	741
11.2.2	Písmo.....	743
11.2.3	Záhlaví osobního dopisu.....	745
11.2.4	Štaf osobního dopisu.....	747
11.2.5	Závěr osobního dopisu	749
11.2.6	Obálka osobního dopisu	751
11.3	Netiketa	753
11.3.1	Netiketa e-mailu	754
11.3.2	Emotikony a akronymy	759
12	Vizuální komunikace	765
12.1	Proč používáme symboly a značky?.....	769
12.2	Firemní image.....	773
12.3	Firemní identita	775
12.4	Firemní styl	781
12.4.1	Fáze změny firemního stylu	785
12.4.2	Úvodní analýza.....	787
12.4.3	Audit a zadání	789
12.4.4	Implementace firemního stylu	793
13	Grafický manuál	795
13.1	Co grafický manuál obsahuje.....	799
13.2	Životní cyklus manuálu.....	809
13.3	Odvozené prvky firemního stylu	815
	Rejstřík	821