

Obsah

1. Úvod do PR, co jsou PR	9
2. Místo PR ve struktuře organizace	10
<i>Náplň práce tiskového mluvčího</i>	
<i>Postavení PR manažera v rámci organizace</i>	
3. Jak vybrat tiskového mluvčího	15
4. Proč spolupracovat s tiskem	
– role mediálního plánu v kampani	16
<i>Důvody pro spolupráci s tiskem</i>	
<i>Mediální plány kampaně</i>	
<i>Plánování kampaně v čase</i>	
5. Jaké jsou nástroje PR a jak se používají	19
<i>Media relations</i>	
6. Databáze kontaktů a jak na ni	21
<i>Náležitosti každé položky v databázi</i>	
<i>Jak si vyrobit databázi</i>	
<i>Jak získat kontakty</i>	
<i>Telefonát</i>	
7. Distribuce tiskových zpráv	26
8. Jaká témata nabízíme kam	28
<i>Typ média</i>	
<i>Příběh</i>	
<i>Kontakt</i>	
<i>Fotografie</i>	
<i>Komu volat</i>	
<i>Komu nevolat</i>	
<i>Jak volat</i>	
<i>Prodávejte téma, nikoliv svoji organizaci</i>	
<i>Česká média se bulvarizují</i>	
<i>Každý má šéfa</i>	
<i>Jak si udělat z novináře nepřítele</i>	
9. Jak vytvářet a udržovat dobré vztahy s novináři	34
10. Autorizace	35
11. Audit komunikace	36

12. Monitoring tisku	37
<i>Způsob 1: Výstřižková služba</i>	
<i>Způsob 2: Elektronický monitoring</i>	
13. Kdy se z události stává zpráva	
aneb jak snáze proniknout do médií	39
14. Tisková zpráva	41
<i>Jak napsat dobrou tiskovou zprávu</i>	
<i>Co má a nemá obsahovat tisková zpráva</i>	
<i>Kdy vydáváme tiskovou zprávu</i>	
<i>Kdy nevydáváme tiskovou zprávu</i>	
15. Specifické dny v médiích	47
16. Tisková konference	48
<i>Pravidla a tipy pro pořádání</i>	
<i>úspěšné tiskové konference</i>	
17. Psaní textů	50
<i>Téma</i>	
<i>Stručnost</i>	
<i>Krácení</i>	
<i>Pointa</i>	
<i>Spád, délka vět</i>	
<i>Stylistika, výrazy, cizí slova, zkratky</i>	
<i>Argumentace</i>	
<i>Citace, přímé řeči</i>	
<i>Žánry</i>	
<i>Tisková zpráva</i>	
<i>Článek</i>	
<i>Reportáž</i>	
<i>Komentář</i>	
<i>Leták (skládačka)</i>	
<i>Webová prezentace</i>	
<i>Plakát</i>	
<i>Heslo (slogan, titulek, transparent...)</i>	
<i>Propagační materiály</i>	
<i>Webová prezentace</i>	
18. Public relations jako	
podpora fundraisingu	64

Mediální partnerství
Mediální partnerství České televize
PR články / reklama

19. Vystupování v TV a v rozhlasu **73**

Jak pracují zpravodajské televizní štáby
Nekonfliktní témata
Potenciálně konfliktní téma
Jak pracují publicisté
Příprava na natáčení
Volba místa
Vzhled a postoj
Pravidla vystupování
Jak se bránit nervozitě
Rozhlas

20. Základy krizové komunikace **81**

Doporučená literatura **83**

Přílohy:

I. Audit komunikace	85
II. Ukázka tiskové zprávy s použitím novinářské zkratky	99
III. Příklad pěkného komentáře	103
IV. Srovnání tiskové zprávy, článku a komentáře	107
V. Vzor části textu letáku pro veřejnost	115
VI. Náklady některých tištěných médií	119