

ÚVOD	7
SOUČASNÝ VÝVOJ VYSOKÉHO ŠKOLSTVÍ	9
KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL S VEŘEJNOSTÍ	13
MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ VYSOKÝCH ŠKOL	13
POSLÁNÍ VYSOKÝCH ŠKOL	13
CÍLOVÉ SKUPINY PRO KOMUNIKACI VYSOKÝCH ŠKOL	14
POSTAVENÍ MÉDIÍ V KOMUNIKACI VYSOKÝCH ŠKOL	15
KOMUNIKACE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	17
EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE S ŠIROKOU VEŘEJNOSTÍ	19
ROLE KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL S VEŘEJNOSTÍ	21
METODOLOGICKÝ POSTUP REALIZOVANÝCH VÝZKUMŮ	22
MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE ČESKÝCH VYSOKÝCH ŠKOL - PRVNÍ ETAPA VÝZKUMŮ	22
KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH - DRUHÁ ETAPA VÝZKUMŮ	23
MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE REGIONÁLNÍ UNIVERZITY - TŘETÍ ETAPA VÝZKUMŮ	24
OBSAHOVÁ ANALÝZA JAKO METODOLOGICKÝ POSTUP	24
VÝSLEDKY ANALÝZ	26
MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE ČESKÝCH VYSOKÝCH ŠKOL	26
<i>Vývoj komunikace v čase a mediální zájem o sdělení</i>	26
<i>Řízená mediální komunikace ve vztahu k cílovým skupinám a tématům sdělení</i>	29
<i>Shrnutí</i>	31
KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	31
<i>Charakteristika procesu výzkumu</i>	31
<i>Výsledky monitoringu komunikace škol na sociálních sítích</i>	33
<i>První fáze: Komunikace českých vysokých škol na sociálních sítích</i>	33
<i>Druhá fáze: Analýza profilů sociálních sítí</i>	34
<i>Třetí fáze: Monitoring Komunikace na sociálních sítí vybraných vysokých škol</i>	36
<i>Shrnutí</i>	39
MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE REGIONÁLNÍ VYSOKÉ ŠKOLY	40
<i>Charakteristika obsahové analýzy tiskových médií</i>	40
<i>Analýza tiskových sdělení z hlediska času a jejich obsahu</i>	42
<i>Obsahová analýza tiskových sdělení a mediální image</i>	44
<i>Obsahová analýza prezentace výsledků tvůrčích a vědeckých aktivit</i>	46
<i>Shrnutí</i>	47
ROLE KOMUNIKACE VYSOKÉ ŠKOLY S VEŘEJNOSTÍ	49
ROLE MEDIÁLNÍ KOMUNIKACE VYSOKÝCH ŠKOL S VEŘEJNOSTÍ	49
ROLE KOMUNIKACE VYSOKÉ ŠKOLY S CÍLOVÝMI SKUPINAMI	49

OBECNÁ DOPORUČENÍ PRO VYSOKÉ ŠKOLY	50
ZÁVĚR.....	52
RESUMÉ	53
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A GRAFŮ.....	55
SEZNAM ZKRATEK	55
SEZNAM GRAFŮ	55
BIBLIOGRAFIE.....	56