NOVÁ MÉDIA a SOCIÁLNÍ SÍTĚ

Úloha č. 1

Definujte, co jsou **Public Relations** (dále jen PR) .....

.....

.....

Podstata PR se odvíjí od tří základních východisek, definujte každé z nich:

- Veřejné mínění.....
- Corporate identity.....
- Image.....

Doplňte do tabulky správnou **charakteristiku reklamy a PR** v jednotlivých bodech:

Zdroj obr.: **https://www.threegirlsmedia.com/2017/05/17/brand-awareness--4-reasons-need-public-relations-now/**

1. změna postojů X prodej zboží, služeb, idejí (vzor)
2. média X komplex komunikačních prostředků
3. monolog X dialog
4. snaha o získání vlivu v médiích X nákup času a prostoru
5. přesná kontrola obsahu i načasování X relativně nízká kontrola
6. relativně nízká X relativně vysoká
7. veřejnost, resp. parciální veřejnost X reálný nebo potenciální zákazník
8. krátkodobý X dlouhodobý
9. existují zavedené techniky X relativně omezené metody

Srovnání reklamy a PR

	Charakteristiky	Reklama	Public relations
1	zaměření činnosti	prodej zboží, služeb, idejí	změna postojů
2	prostředky komunikace		
3	forma komunikace		
4	vztahy k médiím		
5	kontrola mediálního sdělení		
6	důvěryhodnost sdělení		
7	Adresát		
8	časový horizont		
9	Hodnocení		

Zdroj: **Black, S.. Nejúčinnější propagace. Public relations. 43 s.**

Úloha č. 2

Co je to **masmediální (masová) komunikace** .....

.....

.....

Jaké **druhy médií** znáte .....

.....

Ke každé definované **funkci médií napište příklad** televizního, rozhlasového či jiného mediálního pořadu, nebo aktivity:

- zdroj informací: .....
- zdroj zábavy, výchovy a vzdělávání:.....
- zdroj moci a přesvědčování: .....
- zdroj norem, pravidel a optimálních postupů: .....
- zdroj ovlivňování a přesvědčování veřejného mínění:.....
- fórem, kde se odehrává řada událostí:.....
- zdrojem podnikání:.....

Globalizace mediální komunikace:

- vznik nových technologií, digitalizace,
- vznik nových médií: internet, World Wide Web,
- další nová média (komunikační aktivity):
  - interpersonální (elektronická pošta)
  - skupinové (chaty, diskusní kluby, konference)
  - veřejná komunikaci (internetové deníky a časopisy, www stránky, internetové rozhlasové a televizní stanice)
  - institucionalizovaná komunikace, například aktivity public relations (také mnoho politiků má dnes svou „stránku“ na www).

Definujte, co je **Internet**

.....

.....

.....

.....

Zdroj obr.: **https://www.greentrees-school.com/blog-post/what-is-the-internet/**

Vyjmenujte alespoň **dvě média** s následujících působností:

- mezinárodní.....
- celostátní.....
- regionální.....

Vyjmenujte **tři způsoby**, jak je možné **oslovit (kontaktovat) novináře**:

1. .....
2. .....
3. .....

Úloha č. 3

Zdroj obr.: **https://www.domena.cz/blog/socialni-site%E2%80%8A-%E2%80%8Avyberte-si-tu-pravou-pro--vas-byznys/**

Co je to **sociální síť**?

.....

.....

.....

.....

Jaká nejznámější **sociální média** znáte?

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

Úloha č. 4

K čemu slouží tato instituce, jak funguje a kde se většinou nachází?

.....

.....

.....

Úloha č. 5

Co je to **e-Government**, k čemu slouží?.....

.....

.....

.....

Jaké **produkty e-Governmentu** znáte?.....

.....

Doplňte jednotlivé **složky hexagonu** efektivní veřejné správy:

Zdroj obr.: **www.mvcr.cz**

I R
D S
INFORMACE
PRO ROZVOJ DEMOKRATICKÉ
SPOLEČNOSTI

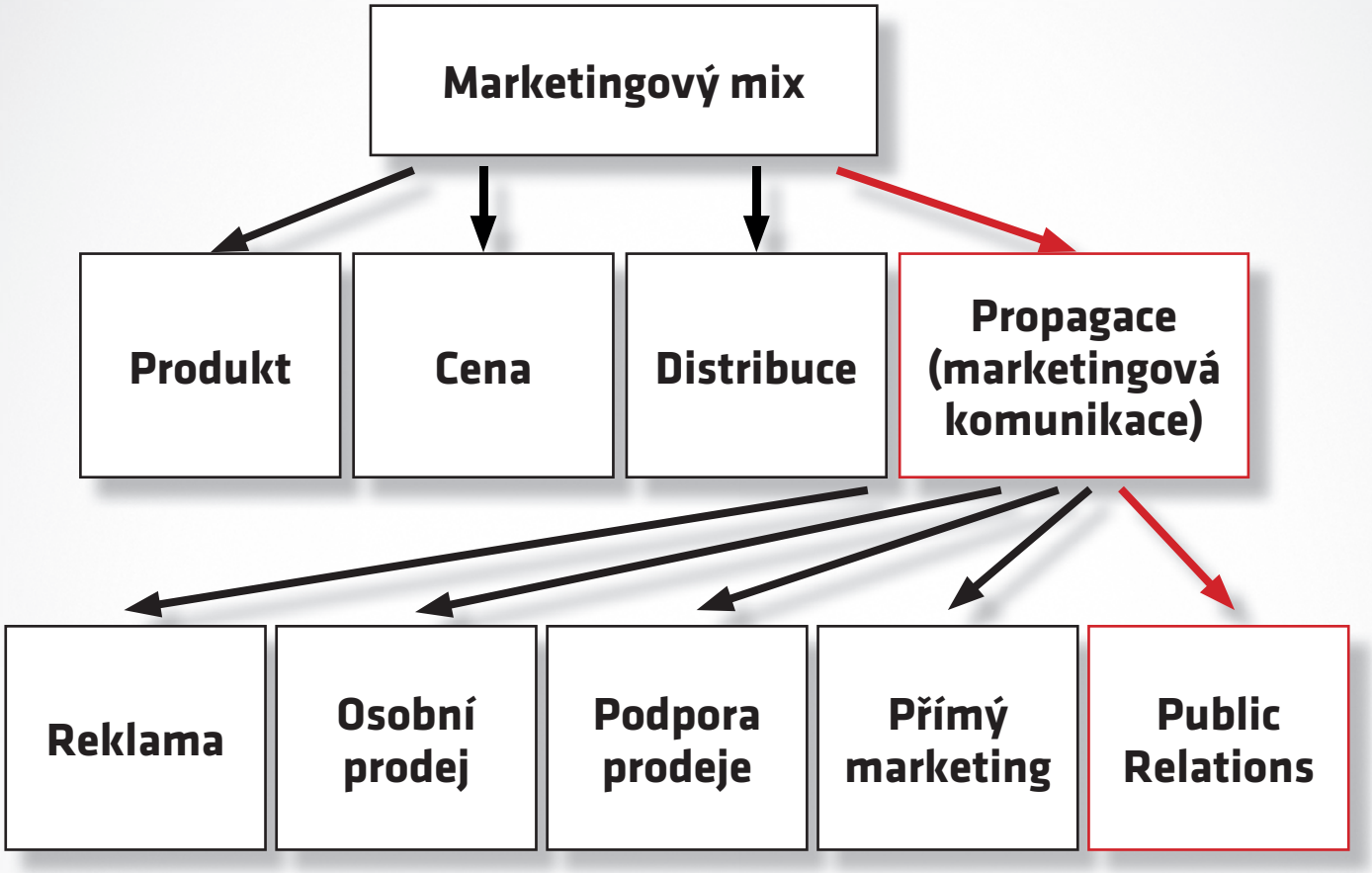
„Informace pro rozvoj demokratické společnosti“,
reg. č. CZ.02.3.68/0.0/0.0/16_032/0008181.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

NOVÁ MÉDIA A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

VÝZNAM A POUŽITÍ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE



Zdroj:
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6f/Public_Relations_v_marketingov%C3%A9m_mixu.png

Úloha č. 1

Popište, k čemu se využívají marketingová komunikace a Public Relations u jednotlivců či organizací, kteří se pohybují ve veřejném prostoru:

.....

.....

.....

.....

.....

Úloha č. 2

Znáš nějaké organizace, které se zabývají sportovním marketingem? Co je jejich hlavní náplní práce?

1. .....

2. .....

3. .....

Zdroj: **https://www.mediar.cz/ledecka-se-na-dve-sezony-spoji-s-cokoladou-milka/**

Úloha č. 3
Jakou roli hraje pro sportovce reklama?

.....

.....

.....

Úloha č. 4
Vyjmenujte několik důvodů, proč soukromé i veřejné organizace sponzorují projekty či jednotlivce?

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

Úloha č. 5
Které profese či obory využívají marketingové komunikace nejviditelněji?

.....

.....

.....

Úloha č. 6

Spojte známe osobnosti s produkty či společnostmi, se kterými spolupracují na reklamě:

VÁCLAV VYDRA **JAROMÍR JÁGR** **GABRIELA KOUKALOVÁ** **ESTER LEDECKÁ**

Zdroj:
https://pucov.eu/eshop/potraviny/trvanlive-potraviny/pastiky/2020-majka-pastika-hame-120g-8594001692644.html

Zdroj:
http://forum24.cz/udalosti/vime-jaka-bude-pristi-reklama-na-babise/

Zdroj:
https://www.e-cukrovinky.cz/e-cukrovinky/eshop/0/0/5/2212-Cokolada-Milka-93g-COLLAGE-MALINA

Zdroj:
https://www.tyden.cz/rubriky/byznys/cesko/ceny-v-autobazarech--jsou-prehledne-rika-sefka-aaa-auto_262499.html?showTab=diskutovane

I R
D S
INFORMACE
PRO ROZVOJ DEMOKRATICKÉ
SPOLEČNOSTI

„Informace pro rozvoj demokratické společnosti“,
reg. č. CZ.02.3.68/0.0/0.0/16_032/0008181.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

NOVÁ MÉDIA A SOCIÁLNÍ SÍTĚ

ZPŮSOBY KOMUNIKACE

Zdroj: **https://www.vlastnicesta.cz/kurzy/prakticka-interni-komunikace/**

Vlivem digitalizace a technologického boomu došlo ke změnám nejen ve využívání nových komunikačních nástrojů a kanálů, ale také způsobu komunikace. Tomuto nevyhnutelnému vývoji se museli přizpůsobit nejen odborníci na komunikaci, ale také samotné organizace a jednotlivci ve všech oborech. Rozšíření komunikačního prostoru na internet udělalo z běžných uživatelů samotné aktéry komunikace, kteří se mohou aktivně podílet na tvorbě obsahu.

Úloha č. 1

Vyjmenujte, jaké způsoby komunikace nejraději využíváte a proč?

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

5. .....

Úloha č. 2

Doplňte do tabulek uvedené nepřímé a přímé prostředky komunikace:

rozhovor E-maily brožury porada firemní historky

dopisy chaty sms

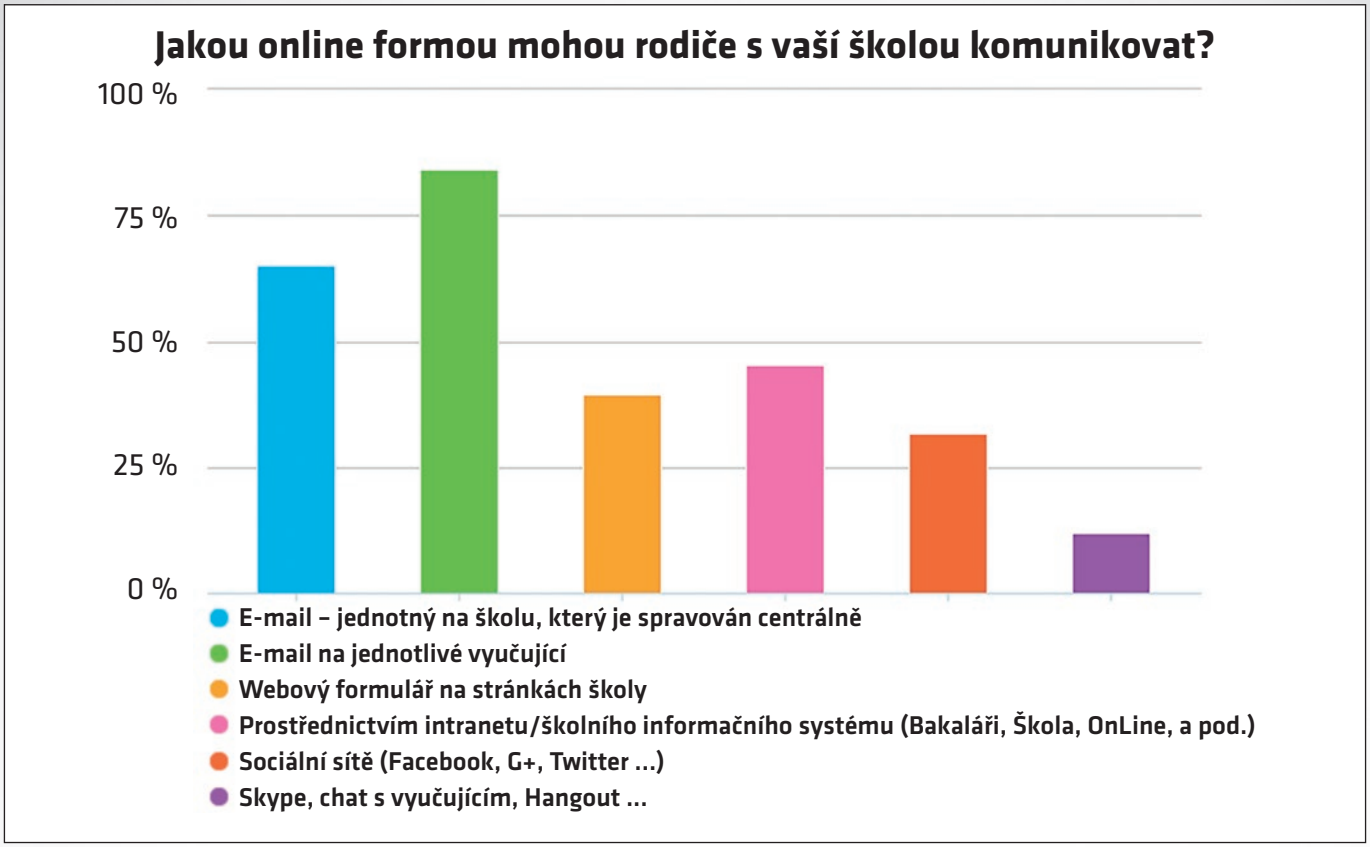
Přímé prostředky komunikace

	rozprava	firemní rituály
diskuse	telefonický rozhovor	konzultace
interní prezentace	rotace pracovníků	firemní mítinky
týmové porady	interní školící programy	
dny otevřených dveří	společenské, kulturní, sportovní a soutěžní akce	návštěvy manažerů na pracovišti
zpětná vazba	výběr a přijímání kolegů	adaptace zaměstnanců
firemní fámy a skandály		videohovory
interview	sdílení správné praxe	workshopy

Nepřímé prostředky komunikace

hlasový vzkaz	videofilm	písemné vzkazy a příkazy
oběžník a věstníky	metodický pokyn	směrnice
	dotazníkové akce a sociologické šetření	firemní časopisy, bulletin, noviny
elektronická diskuse		nástěnky
schránky na dotazy	výroční zprávy	firemní profil
manuál činností	firemní televize a rozhlas	brožury
	firemní oblečení	

Zdroj: **International communication in the IT Company, bakalářská práce (Morávková Š.), 2018**



Zdroj: **https://www.geeklife.cz/skoly-a-online-komunikace/**

Úloha č. 3

Popište, jakou online formu mohou využít vaši rodiče ke komunikace se školou?

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

5. .....

Úloha č. 4

Na kterých sociálních webech máte zaregistrovaný svůj profil?

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

5. .....

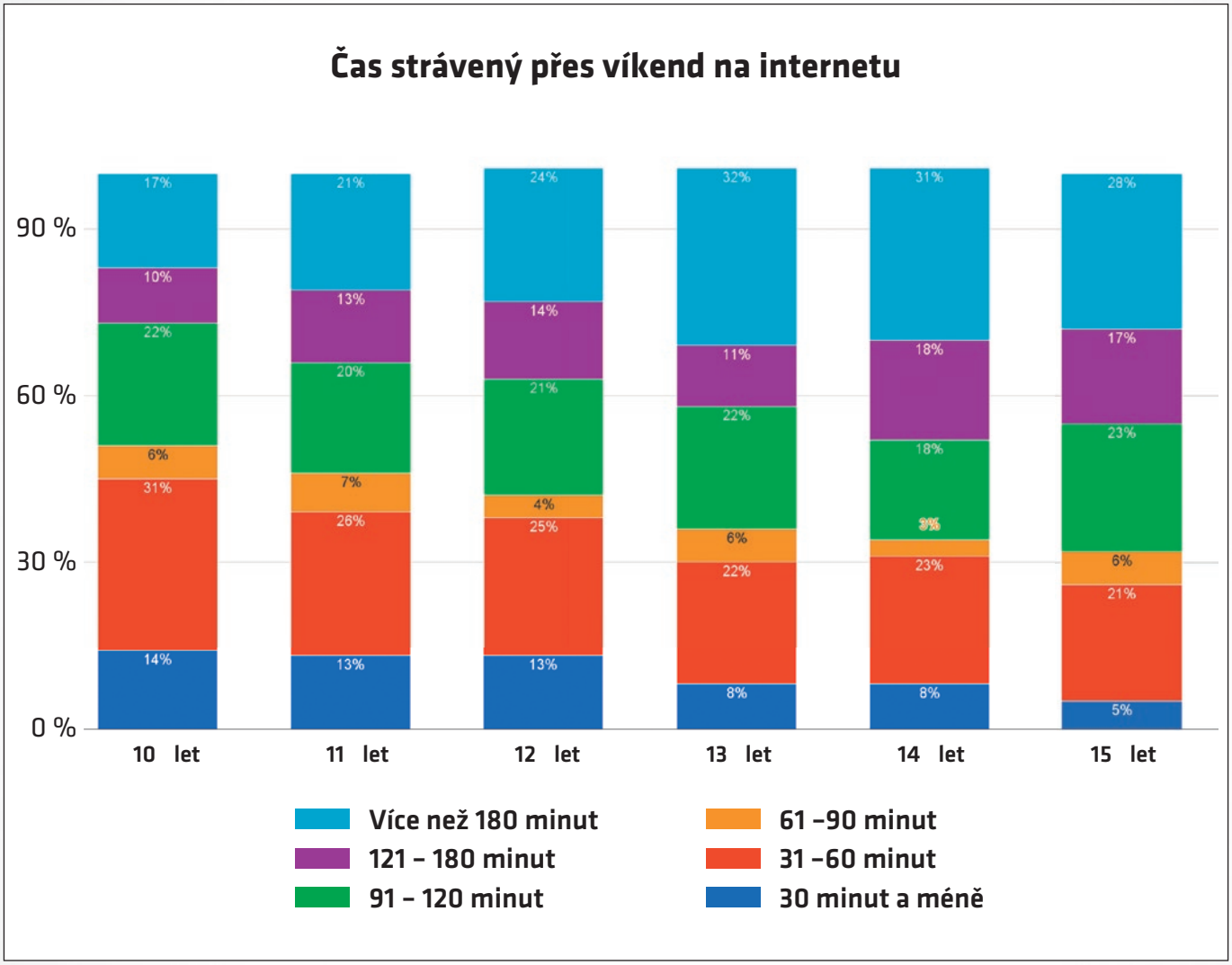
Úloha č. 5

Popište, kolik času trávíte o víkendu na internetu? Na co se nejvíce zaměřujete?

.....

.....

.....



INFORMACE PRO ROZVOJ DEMOKRATICKÉ SPOLEČNOSTI

„Informace pro rozvoj demokratické společnosti“, reg. č. CZ.02.3.68/0.0/0.0/16_032/0008181.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY