

# Sylabus pro předmět

## KOMUNIKACE A PRÁCE S MÉDII

<b>Kód předmětu:</b>	2SMQ05
<b>Název v jazyce výuky:</b>	Komunikace a práce s médii
<b>Název česky:</b>	Komunikace a práce s médii
<b>Název anglicky:</b>	Communication and Media
<b>Počet přidělených ECTS kreditů:</b>	6
<b>Forma výuky kurzu:</b>	kombinovaná; 13/13 (počet hodin přednášek za období / počet hodin cvičení za období) pro distanční (kombinované) programy
<b>Forma ukončení kurzu:</b>	zkouška
<b>Jazyk výuky:</b>	čeština
<b>Doporučený typ a ročník studia:</b>	— obsah této položky nebyl definován —
<b>Semestr:</b>	ZS 2017/2018
<b>Vyučující:</b>	doc. Ing. Mgr. Radka Druláková, Ph.D. (garant)
<b>Omezení pro zápis:</b>	žádné
<b>Doporučené doplňky kurzu:</b>	žádné
<b>Vyžadovaná praxe:</b>	žádná

### Zaměření předmětu:

Cílem výuky předmětu je seznámení studentů s různými formami komunikace a s principy fungování médií, a to se zaměřením na sportovní problematiku. Kurz představí světový i domácí mediální trh. Pozornost bude rovněž zaměřena na popis mediálního publika a na uplatnění teoretických a praktických základů public relations, zejména pro oblast sportu. Studentům budou představeny zásady mediálního plánování včetně stanovení mediální strategie v komunikační kampani. V rámci praktické části se studenti naučí aktivně pracovat na poli mediálního, potažmo tiskového servisu. Naučí se psát kvalitní tiskové zprávy, připravovat tiskové konference a veřejně promlouvat.

### Výsledky učení:

Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:

- &#8331; pochopit principy fungování mediálních institucí a orientovat se v českých a světových médiích věnujících se sportovní tematice
- &#8331; definovat pojem PR a shrnout všechny činnosti, které PR obnáší
- &#8331; navrhnout mediální kampaň a připravit mediální plán
- &#8331; napsat kvalitní tiskovou zprávu
- &#8331; připravit a správně vést úspěšnou tiskovou konferenci
- &#8331; formulovat sdělení pro média na mikrofon a kameru
- &#8331; orientovat se v problematice nových médií
- &#8331; řídit krizovou komunikaci se zaměřením na sportovní problematiku

### Obsah předmětu:

1. **Teoretický blok I.** (přednášek: 6, cvičení: 0)
  - a) Obecná definice komunikace a masové komunikace. Masové komunikační prostředky.
  - b) Teorie působení médií. Analýza konkrétních příkladů (reklama, symboly, masová média)
  - c) Role medií v současném světě
  - d) Základní orientace v českých a světových médiích s důrazem na oblast sportu
  - e) Etika médií, kybernetická bezpečnost
  - f) Problematika vysílacích práv
2. **Teoretický blok II.** (přednášek: 4, cvičení: 0)
  - a) Popis mediálního publika

- b) Definice public relations. Vliv public relations a důvody jeho využívání. Cílové skupiny public relations.
- c) Tvorba public relations: cíle, prostředky, činnosti.

3. **Praktický blok I.** (přednášek: 1, cvičení: 4)

- a) Práce a komunikace s médii
- b) Sestavení mediální databáze
- c) Media monitoring
- d) Příprava mediálního plánu

4. **Praktický blok II.** (přednášek: 1, cvičení: 5)

- a) Jak psát tiskovou zprávu
- b) Jak si připravit vlastní článek, rozhovor, leták
- c) Příprava tiskové konference

5. **Praktický blok III.** (přednášek: 1, cvičení: 4)

- a) Jak správně vystupovat na veřejnosti, jak mluvit na kameru
- b) Práce se sociálními médii
- c) Krizová komunikace se zaměřením na sportovní problematiku

**Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin):**

Druh	Počet hodin studijní zátěže
	Kombinované studium
Účast na přednáškách	13
Příprava na přednášky	39
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	13
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	39
Příprava semestrální práce	26
Příprava na závěrečný test	26
<b>Celkem</b>	<b>156</b>

**Způsoby a kritéria hodnocení:**

Druh	Váha
	Kombinované studium
Aktivita na přednáškách/cvičeních/seminářích	40 %
Vypracování semestrální práce	30 %
Absolvování závěrečného testu	30 %
<b>Celkem</b>	<b>100 %</b>

**Hodnocení:**

Zkoušky

- 1 Výborně (90 – 100 %)
- 2 Velmi dobře (75 – 89 %)
- 3 Dobře (60 – 74 %)
- 4 Nedostatečně (0 – 59 %)

Zápočty

- Z Započteno
- NZ Nezapočteno

## Zvláštní podmínky a podrobnosti:

žádné

## Literatura:

Typ*	Autor	Název	Místo vydání	Nakladatel	Rok	ISBN
Z	BAJČAN, R.	Techniky public relations, aneb, Jak pracovat s médii	Praha	Management Press	2003	80-7261-096-1
Z	CAYWOOD, C L.	Public relation : řízená komunikace podniku s veřejností	Brno	Computer Press	2003	80-7226-886-4
Z	KOHOUT, J.	Veřejné mínění, image a metody public relations	Praha	Management Press	1999	80-7261-006-6
Z	PAVLÍČEK, A.	Nová média a sociální sítě	Praha	Oeconomica	2011	978-80-245-1742-1
Z	STANDAGE, T.	Writing on the wall : social media – the first 2,000 years	London	Bloomsbury	2013	978-1-4088-4206-5
Z	TOMANDL, J.	Jak účinně oslovit média : media relations v podnikání, správě, kultuře i neziskovém sektoru	Brno	Computer Press	2011	978-80-251-3457-3
Z	JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.	Média a společnost	Praha	Portál	2007	978-80-7367-287-4
Z	MCQUAIL, D.	Úvod do teorie masové komunikace	Praha	Portál	2009	978-80-7367-574-5
Z	BURTON, G. – JIRÁK, J.	Úvod do studia médií	Brno	Barrister & Principal	2001	80-85947-67-6
Z	MCCOMBS, M E.	Agenda setting : nastolování agendy : masová média a veřejné mínění	Praha	Portál	2009	978-80-7367-591-2
Z	COBLEY, P.	Communication theories : critical concepts in media and cultural studies. Volume I	London	Routledge	2006	0-415-33197-8
Z	HIERHOLD, E.	Rétorika a prezentace : jak s jistotou prezentovat a působivě přednášet, tipy a triky pro úspěšnou prezentaci, vizuální a verbální techniky, přesvědčovací a argumentační strategie, od flipchartu po PowerPoint	Praha	Grada	2005	80-247-0782-9

\* Z – základní literatura    D – doporučená literatura