

Česká zemědělská univerzita v Praze
Provozně ekonomická fakulta
Katedra řízení



Bakalářská práce

Činnosti a nástroje public relations

Vypracovala: Monika Martínková

CÍLE PRÁCE, METODIKA

- Hlavní cíl –zhodnocení, vytknutí nedostatků a navržení inovací reálně konané PR události
- Dílčí cíl – popis public relations, význam, nástroje, činnosti
- Dotazníkové šetření
- Literární rešerše

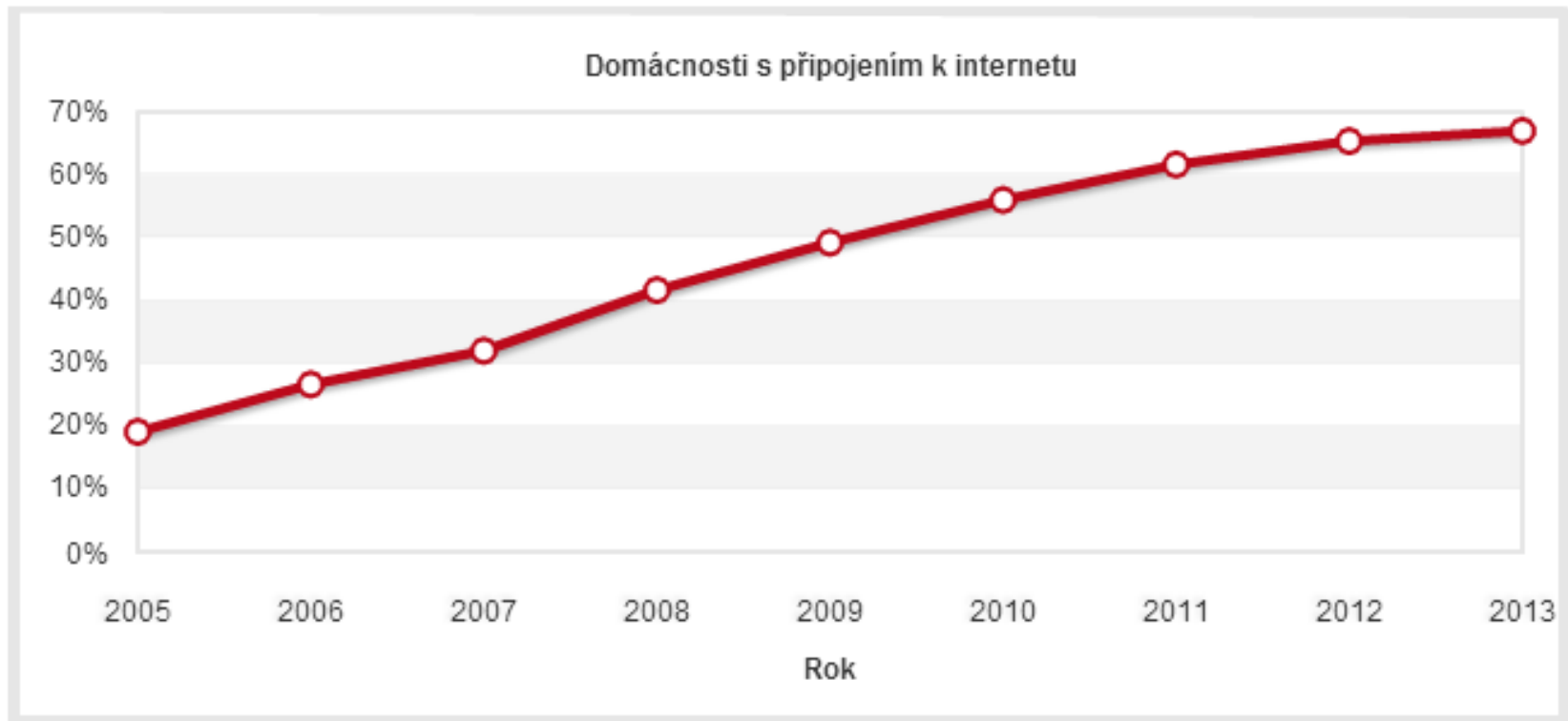


PUBLIC RELATIONS

- Definice
- Význam a společenská prospěšnost
- Nástroje
- Činnosti



ONLINE MÉDIA - NOVÝ NÁSTROJ PR



Zdroj dat: [Veřejná databáze ČSÚ](#)



PR UDÁLOSTI

- Popis
- Účel
- Hodnocení úspěšnosti

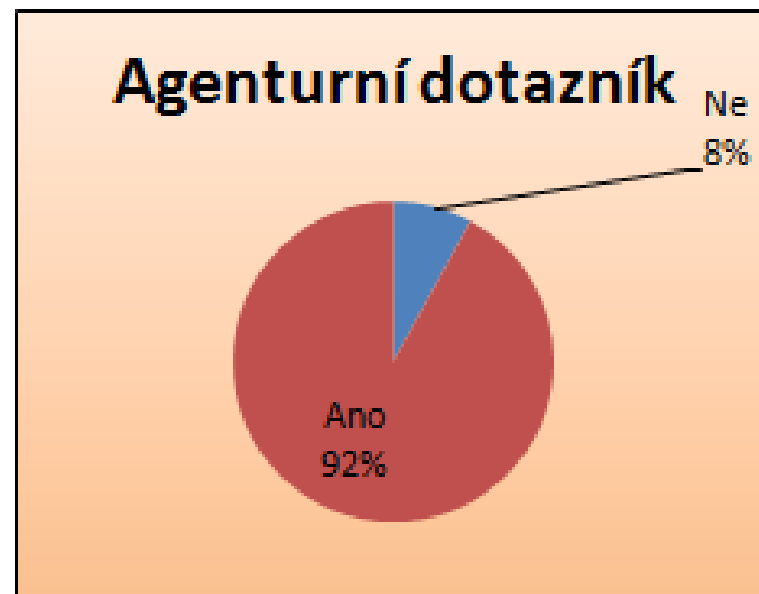


S KOČÁRKEM PRAHOU

- Charakteristika
 - Kdy? Kde? Proč?
 - Mediální podpora
- Hlavní a dílčí cíle
- Hlavní nástroj



POŽADUJETE FORMU PETICE ZA VHODNOU?



Zdroj: Vlastní dotazník a dotazník PR agentury BIG FISH & CO., s.r.o., vlastní úprava



SPOKOJENOST S UDÁLOSTÍ



Zdroj: Vlastní zpracování



NEDOSTATKY UDÁLOSTI

- Absence harmonogramu události, plánu areálu
- Nedostatek přístřešků, míst k sezení
- Propagační materiály pouze v českém jazyce
- Nízký počet produktů ke koupi či vyzkoušení na místě události



NÁVRHY NA ZLEPŠENÍ

- Roll up
- Překlad propagačních materiálů do angl. Jazyka
- Printka fotokoutek (#)



ZÁVĚR

- Hodnocení události dle zvolených kritérií
 - cílová skupina
 - čas a místo konání
 - spokojenost návštěvníků
 - návštěvnost
 - naplnění zvolených cílů



ZDROJE

- Český statistický úřad dostupné z www: https://www.czso.cz/csu/czso/informacni_technologie_pm
- [1] BAJČAN, R. *Techniky public relations, aneb, Jak pracovat s médii*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-096-1.
-
- [2] FTOREK, J. *Public relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3376-0.
-
- [3] FTOREK, J. *Public relations jako ovlivňování mínění*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2678-6.
-
- [4] KOPECKÝ, L. *Public relations: dějiny – teorie – praxe*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4229-8.
-
- [5] SVOBODA, V. *Public relations moderně a účinně*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2866-7.
-
- [6] ŠEDIVÝ, M. – MEDLÍKOVÁ, O. *Úspěšná nezisková organizace*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4041-6.
-
- [7] VYMĚTAL, J. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2614-4.
- [8] *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [9] *Veřejné mínění, image a metody public relations*. Praha: Management Press, 1999. ISBN 80-7261-006-6.

