



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela**

**Datum vytvoření: 20. 6. 2012**

**Ročník: III.**

**Vzdělávací oblast: Obchodní provoz**

**Vzdělávací obor: Obchodník**

**Tematický okruh: Marketing a management**

**Téma: Publicita**

**Číslo DUMu: VY\_32\_INOVACE\_01\_MM\_02**

**Metodický list/anotace: Vysvětlení pojmu publicita, jeho cílů a nástrojů.**

**Ve cvičení využít kreativitu žáků při zpracování zadaných úkolů tématu.**

**Téma lze vyučovat i v jiných oborech.**

# Publicita (PR)

Práce s veřejností zahrnuje  
veškeré plánované akce navržené  
k získání a udržení dobrého  
jména firmy u všech skupin  
veřejnosti

# Cíle publicity

1. Vytvářet příznivý obraz firmy
2. Budovat a udržovat dobré vztahy
3. Motivovat skupiny veřejnosti k dalším investicím, motivovat zaměstnance
4. Zatraktivnit firmu pro zaměstnance
5. Programy PR podporovat prodej, dosahovat vyšších zisků

# Nástroje interní publicity

Firemní časopisy

Společenské akce

Zaměstnanecké výhody

Ochrana zdraví při práci

Zlepšování pracovních podmínek

Zlepšování pracovního prostředí

Školení zaměstnanců

# Nástroje externí publicity

Den otevřených dveří

Sponzorství

Charitativní akce

Veletrhy

Adopce dětí na dálku

Zelená linka

# Otázky a úkoly

1. Vytvořte návrh obsahové náplně školního časopisu včetně názvu, frekvence vydávání a sledovaných cílů.
2. Vaše fiktivní firma má svého tiskového mluvčího (jím jste Vy). Dnes přijede štáb TV NOVA a máte přednést stanovisko firmy před televizními kamerami k problému, který si sami zvolíte.

# Otázky a úkoly

3. „Navštivte ČR roku 201x“ – tj. motto všestranného programu zahájeného vládou ČR zaměřeného na zvýšení počtu turistů. Co bude obsahovat program PR?
4. Publicita zahrnuje nástroje, které spolu přímo nesouvisejí. Můžete navrhnout systém nástrojů orientovaných k vytváření dobrého jména firmy?

# Prameny

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. BECK, 2003. ISBN 80-7179-577-1.

FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno : Computer Press, 2003. ISBN 80-7226-811-2.

FREY, P. *Marketingová komunikace - nové trendy a jejich využití*. Praha : Management Press, 2005. 120 s. ISBN 80-7261-129-1.

KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. *Moderní marketing*. Praha : Grada Publishing, 2007. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

SVĚTLÍK, J. *Marketing - Cesta k trhu*. Plzeň : Aleš Čeněk - vydavatelství a nakladatelství, 2005. 344 s. ISBN 80-86898-48-2.