

# 5HP412 PUBLIC RELATIONS A STATEGICKÁ KOMUNIKACE

Ing. et Ing. Martin Zeman



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

**MŠMT**  
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

# JAK TEDA DOSÁHNOUT PUBLICITY?

- **Tiskové zprávy**
- Běžné propagační materiály
- Novinářské kity
- Informační mail, bulletin
- **Tiskové konference**
- Recepce
- Kulaté stoly
- Konference
- Přednášky, semináře
- Rozhovory
- Zahraniční exkurze
- ...

# JAK TEDA DOSÁHNOUT PUBLICITY?

- Tiskové zprávy
- Tiskové konference

# TISKOVÁ ZPRÁVA

- obsáhlejší textové sdělení určené médiím
- má strukturu obrácené pyramidy – nejdůležitější informace jsou v úvodním odstavci, další vysvětlující informace následují (umožňuje redaktorovi krátit zprávu od konce, aniž by došlo k vypuštění klíčového sdělení)
- patří mezi historicky nejstarší žurnalistické útvary
- nekomentuje ani neanalyzuje
- vydává obchodní společnost, politická strana či jiná organizace v okamžiku, kdy potřebuje sdělit veřejnosti něco důležitého
- odpovídá na základní otázky kdo, co, kdy, kde, jak a proč
- mezi její základní znaky patří jasnost, přesnost, věcnost, úplnost, spolehlivost, včasnost a jednota místa, času a děje
- patří mezi základní nástroje public relations

# ZPRÁVU PRODÁVÁ PŘÍBĚH

- Pozor na superlativy
- Pozor na pravopis
- Pozor na ochranné známky
  
- Fakta schopná zaujmout co nejširší publikum hned na začátku – systém obrácené pyramidy

# ZPRÁVU PRODÁVÁ FOTOGRAFIE

- Fotografie -> tištěné a online média, jejich produkce je drahá
- Stativ vs. Mobilní telefon
- Autorství fotek
- Digitální vs. Papírová fotografie
- Popisek fotky
  - Datum
  - Autor
  - Kdo, co, co se děje?

# ZPRÁVU PRODÁVAJÍ ČÍSLA A VÝZKUMY

- Kvantifikovat, ne jenom procenta
- Nezávislé výzkumy

# TISKOVÉ ZPRÁVY

- Jak prodat tiskové zprávy?
  - Funkční části
  - Kontakt pro doplňující dotazy
- Ideální tisková zpráva má 1-2 strany
- Výsledky výzkumu: příloha
- Odstavce oddělujte mezerou
- Písmo: Times New Roman, Arial
- Jenom černé písmo (mimo grafiku)
- Tučně a kurzíva jenom omezeně



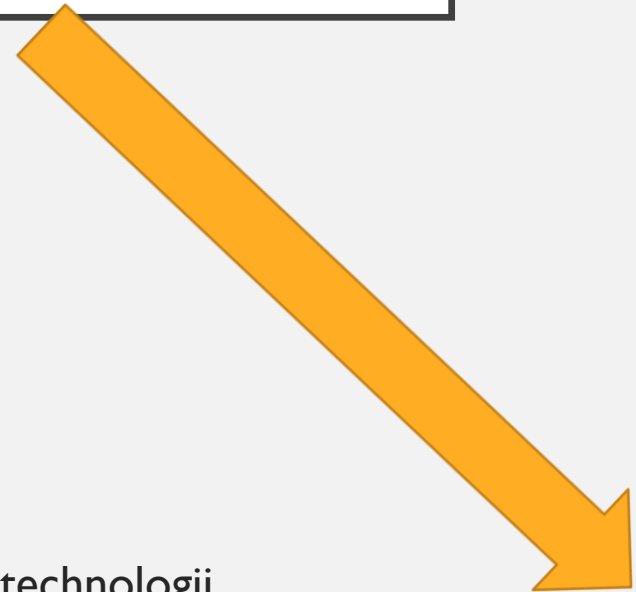
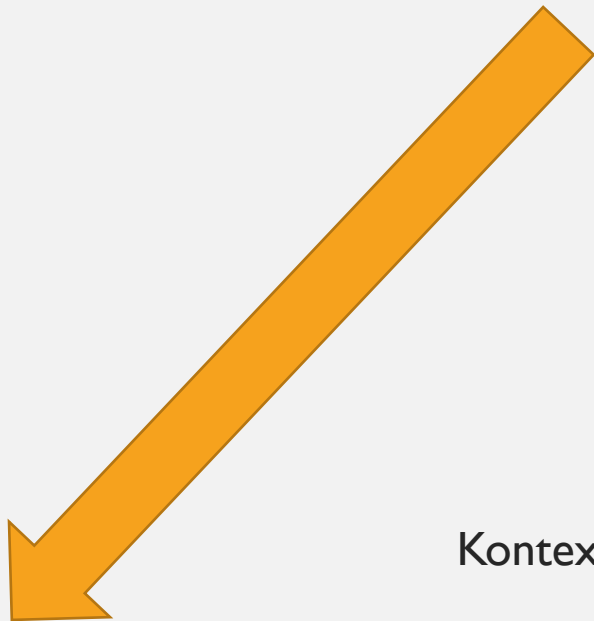
# KOMPOZICE ZPRÁVY PRO TISK – TVAR OBRÁCENÉ PYRAMIDY

Hlavní sdělení

Upřesnění hlavního sdělení

Další fakta, citace

Kontext: info o dané události, firmě, konkurenci, technologii



Titulek – stručně informace prvního odstavce

První odstavec – podstata událostí a sumarizace celého sdělení

Druhý odstavec – uvede osobu, která má k události blízký vztah a její slovní reakci

Třetí odstavec – uvedení tématu, které podstatu události rozvíjí, buď je v souladu, nebo v opozici k odstavcům 1+2

Čtvrtý odstavec – slovní reakce téže, nebo další osoby

Další odstavce – rozvíjí sdělení

Závěr sdělení – uvádí souvislosti

# KOLIK SDĚLENÍ V TISKOVÉ ZPRÁVĚ?

- Zásada: 3 sdělení a dost
- Jedno hlavní, nosní sdělení a dvě vedlejší



# DĚKUJI ZA POZORNOST

- Ing. et Ing. Martin Zeman
- [Martin.zeman@vse.cz](mailto:Martin.zeman@vse.cz)
- Konzultace dle InSIS
  
- Zdroj: Pavel Pospíšil: Efektivní Public Relations a media relations



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



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons  
*Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.*

