

Sylabus modulu B_CPR programu Řízení a správa sportovní organizace – Copywriting a Public relations, přináší úvod do studia komunikace organizace s veřejností. Modul svým obsahem poukazuje na nejčastější chyby v komunikaci organizace s veřejností, uvádí, jak postupovat v kontaktu s novináři, definuje a do praxe převádí pojmy jako lobbying, aktivní PR, reaktivní PR, reklama, žurnalistika, nebo publicistika. Věnuje se vztahu public relations a marketingem organizace. Cílí především na znalosti a dovednosti efektivní komunikace.

Cíle modulu

Cílem modulu je poskytnout studentům ucelené a konkrétní informace z oblasti tvorby reklamních a marketingových textů, zásad publikace článků, reportáží a příspěvků na sociálních sítích či webových stránkách organizace. Absolventi modulu znají hlavní zásady a pravidla kreativní tvorby textu, umějí se vyvarovat základním a nejčastějším chybám v gramatice, stejně jako zvládnou využít v praxi rozšířené základy efektivní komunikace s veřejností, zájmovými a cílovými skupinami.

Plán a výukové metody

Výuka probíhá formou přednášky s výkladem základních informací vztažených k subjektům pohybujících se ve sportu - právnických osoby a fyzických osob sportovních organizací

1. Copywriting

- 1.1. Zpravodajství a publicistika
- 1.2. Sportovní zpravodajství
- 1.3. Tvůrčí psaní
- 1.4. Nejčastější gramatické chyby

2. Public relations

- 2.1 Význam a strategie
- 2.2 Formy PR
- 2.3 Public relations vs. reklama a marketing
- 2.4 Komunikační kanály

DOPORUČENÁ LITERATURA

SÁLOVÁ, Anna. *Kreativní copywriting*. Albatros Media a.s., 2018, ISBN 978-80-251-4909-6

HEJLOVÁ, Denisa. *Public relations*. Praha: Grada Publishing a.s., 2015, ISBN 978-80-247-5022-4

FROTEK, Jozef. *Public relations jako ovlivňování médií*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-3926-7