



FAKULTA  
SOCIÁLNÍCH VĚD  
Univerzita Karlova

PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky  
Katedra marketingových studií a PR  
+420 222 112 246, denisa.hejlouva@fsv.cuni.cz  
Smetanovo nábřeží 6, 110 00 Praha 1  
www.mkpr.cz

# MARKETING A PUBLIC RELATIONS



## VÝZKUMNÉ ZAMĚŘENÍ A POSLÁNÍ

- Výzkum činností, technik a nástrojů public relations a vlivu PR na politické, společenské, občanské, komerční nebo kulturní chování veřejnosti a veřejné mínění.
- Analýza způsobů a možností vzájemné komunikace institucí, organizací a občanů, výzkum vládních kampaní a vládní komunikace a jejich vlivu na volební chování politických stran, stejně jako jejich dopadu na občany, voliče a demokracii.
- Marketing kulturního dědictví, rozvoj studia art marketingu, marketing cestovního ruchu.
- Politický a volební marketing, výzkum politických aktérů, volebního trhu, problematiky volebních kampaní, strategických nástrojů i vlivu nových médií na politický marketing.
- Ekonomika a marketing malých a středních podniků, determinanty růstu malých a středních podniků.
- Výzkum komunikace v rámci církve i její komunikace směrem k veřejnosti, problematiky zveřejňování informací k církevním restitucím aj.
- Výzkum vývoje a rozvoj disciplíny public affairs a jejího vlivu na český politický proces, výzkum prosazování zákonů, zájmů jednotlivců či skupin, tvorby politik, ovlivňování aktérů vytvářejících normy a regulace.

## CO UMÍME

- Statistické a ekonomické analýzy. Kvantitativní i kvalitativní metody používané v marketingovém výzkumu.
- Know-how v oblasti public relations: techniky a nástroje pro budování a udržování vztahů s okolím a s veřejností, práce s veřejností.
- Praktické zkušenosti s oblastí marketingové komunikace: využití marketingových prostředků pro efektivní komunikaci sdělení; vedle obecných pravidel specializace na marketing cestovního ruchu a fashion marketing.
- Strategická komunikace: studium pravidel tvorby komplexních komunikačních strategií, které umožňují efektivní a konzistentní komunikaci velkých podniků.
- Odbornost v oblasti principů fungování public affairs a jeho českého a zahraničního kontextu.



## CO NABÍZÍME

- Tvorbu návrhů komunikačních strategií (pro konkrétní projekty i instituce).
- Pomoc s popularizací vědecké činnosti v různých výzkumných oblastech.
- Poradenství v oblasti managementu malých a středních podniků.
- Konzultační činnost na poli strategické komunikace vládních a neziskových organizací.
- Analýzy a konzultace v oblasti marketingu cestovního ruchu.
- Analýzy týkající se migrace a jejího dopadu na pracovní trh.
- Znalosti v oblasti aplikované sociální psychologie.

## PRO KOHO JE NABÍDKA URČENA

Uvítáme spolupráci s komerčními, vládními i neziskovými organizacemi. Rádi podpoříme vědecko-výzkumné organizace v jejich úsilí informovat veřejnost o svých úspěších.

## ŘEŠENÉ PROJEKTY

### Vědecko-výzkumné projekty

- Postoje obyvatel k vládní komunikaci, výzkum v rámci projektu PRVOUK.
- Výzkum historie PR v českém kontextu, výzkum v rámci projektu PRVOUK.
- Současný stav oboru public affairs v ČR, výzkum v rámci projektu PRVOUK.

### Další projekty

- Školení v úvodu do marketingové komunikace (různé firmy).

## NEJVĚTŠÍ DOSAŽENÉ ÚSPĚCHY

### Ocenění

- Česká cena za PR za projekt Markething.cz (2015)
- 8. ročník soutěže Česká cena za Public Relations, 2013 – zvláštní ocenění za projekt Změna paradigmatu: Kouření v restauracích lidem vadí
- Cena Miloslava Petruska za úspěšnou prezentaci Univerzity Karlovy, 2014 – ocenění za projekt Změna paradigmatu: Kouření v restauracích lidem vadí

### Publikace

#### Knihy

- Matušková, A. (2010). Politický marketing a české politické strany. Brno: MPU.
- Kasl Kollmannová, D. (2012). Zveřejněné soukromí. Brno: Centrum pro studium demokracie.
- Koudelková, P. (2014) (ed.). Příležitosti a výzvy v komunikaci církve ve 21. století. Praha: Karolinum.

#### Vybrané články

- Kasl Kollmannová, D.; Matušková, A. (2014) Public affairs in the Czech Republic: an exploratory study of the current situation. **Journal of Public Affairs** 14(1):54–66.
- Koudelková, P. (2014) Innovation in Small and Medium Enterprises in the Czech Republic. **Central European business review** 3(3):31–37.
- Koudelková, P. (2014). Znalosti v oblasti managementu inovací a jejich dopad na tvorbu inovací v podniku. **Scientia et Societas** 10(2):117–126.
- Matušková, A., Gregor, M. (2014). The presidential election in the Czech Republic: a case study of Karel Schwarzenberg's campaign strategy. In: Lees-Marshment, J. *Political Marketing: Principles and Applications*. London: Routledge, 185–191.
- Matušková, A., Strielkowski, W. (2014). Technology Applications in Czech Presidential Elections of 2013: A Story of Social Networks. **Mediterranean Journal of Social Sciences** 5(21):419–424.
- Strielkowski, W., Kasl Kollmannová, D. (2014). Mystery and thriller tourism in European cultural destinations. **Tourismos** (9):A1–A20.
- Strielkowski, W., Hejlová, D., Kiselevo, L. (2014). Economic factor influencing wellbeing and the quality of life. **Journal of Applied Economic Sciences** 9(3):487–493.

#### Další

- Markething.cz: rozjezd a správa webu studentů, absolventů a přednášejících na oboru MKPR o věcech, které hýbou světem.