
(NMgr) Program: Strategická komunikace (NP_SK)

Studijní program N0414A180003: Strategická komunikace – navazující, prezenční

Akademický rok: 2020/2021

Strategická komunikace ve velmi zjednodušené definici pomáhá organizacím dosahovat svých cílů. Teoreticky vychází z komunikačních studií, ale zahrnuje celou řadu dalších sociálních věd, zejména psychologie, behaviorální ekonomie, politologie či mediálních studií ad. V současné době, kdy je převážná většina mezilidské a sociální komunikace mediována (zprostředkována za pomoci technologií, ať již tradičních či digitálních médií), se výrazně rozvinul také prostor pro analýzu a teoretickou reflexi komunikace. Zároveň se s technologickými možnostmi objevuje celá řada naléhavých společenskovedních otázek, které vybízejí k hlubší filosofické reflexi a aktualizaci etických i legislativních norem ve společnosti (zejména v otázkách ochrany spotřebitele, ochrany osobních údajů, vlivu organizací (politických stran, komerčních firem či aktivistických skupin apod.) na svobodné rozhodování jednotlivců apod.

Strategickou komunikaci praktikují jak komerční firmy, tak nekomerční instituce - neziskové organizace, církve, sportovní, umělecké, vládní, zdravotnické, vědecké, charitativní a další organizace. Strategická komunikace se tak uplatňuje i tam, kde nevzniká přímý marketingový vztah nabídky a poptávky, ale kde je záměrem organizace komunikovat a ovlivňovat cílové skupiny v mnohem širším rámci působení. Příkladem je komunikace různých zdravotních kampaní, jejichž cílem je zvýšit ochranu veřejného zdraví, komunikování vládních reforem, propagace sportu a zdravého životního stylu, komunikace církví, vzdělávacích a vědeckých institucí apod. Ve strategické komunikaci se uplatňují poznatky z dalších souvisejících vědních disciplín, zejména sociálních a humanitních věd, např. sociologie, psychologie a sociální psychologie, ekonomie (zejména behaviorální ekonomie), filosofie, kulturní antropologie apod. Strategická komunikace zároveň odráží aktuální vývoj digitální komunikace a technologie nových médií, který proměňuje celou oblast sociální a mediální komunikace.

Studenti jsou motivováni k tomu, aby tyto poznatky aplikovali do konkrétních oblastí, jichž se komunikace týká. Zároveň musejí načerpat znalosti z persvasivní komunikace a přesvědčování, řízení důvěry (trust managementu), segmentace stakeholderů a cílových skupin a metodiku a management strategického řízení. Důležitou a nedílnou součástí strategické komunikace je důraz na etiku, etické rozhodování a sociální odpovědnost ve všech oblastech komunikace.

Magisterský obor Strategická komunikace logicky navazuje na již zavedený a velmi úspěšný bakalářský obor Marketingová komunikace a public relations. Bakalářský obor marketingová komunikace je dlouhodobě nejžádanějším oborem na FSV UK, seznamuje studenty se základní teorií komunikace, vztahů s veřejností, společenskými souvislostmi oboru a základní metodologií, avšak není s to pokrýt poptávku po specializovaném a vědecky náročnějším typu vzdělání v oboru. Strategická komunikace reaguje na přímou poptávku ze strany absolventů bakalářského stupně marketingové komunikace a PR, a je i vhodným typem studia pro absolventy dalších oborů (zejména sociologie, politologie, mezinárodních vztahů apod.).

Absolventi Strategické komunikace jsou schopni vlastní? analytické? činnosti, samostatně?ho vytvář?eni? komunikac?ní?ch strategií?, zada?va?ní? komunikac?ní?ch zaka?zek dals?í?m subjektu?m a vedení? komunikac?ní?ch ty?mu?. Absolventi oboru budou pr?ipraveni na vlastní? ve?deckou dra?hu na doktorské?m stupni, zejména Media?lní? a komunikac?ní? studia, nebo na praxi ve vedoucí?ch pozici?ch komunikac?ní?ch odborní?ku? a samostatny?ch manaz?eru? v oblasti strategické? komunikace, marketingové? komunikace c?i public relations. Absolventi jsou pr?ipravova?ni na profesní? dra?hu ve vys?ší?ch manaz?ersky?ch pozici?ch, samostatnou pra?ci, efektivní? rozhodova?ní? a r?í?zení? ty?mu?. Absolventi jsou vedeni k du?razu na etiku, etické? rozhodova?ní? a socia?lní? odpově?dnost ve vs?ech oblastech komunikace.

Absolventi/ky oboru mohou pracovat napr?í?klad na te?chto konkre?tní?ch pozici?ch:

- manaz?er v oblasti komunikace,
- vedoucí? komunikac?ní?ho c?i tiskové?ho odboru,
- odborní?k na digita?lní? komunikaci a socia?lní? me?dia,
- odborní?k na veřejnou diplomacii a propagaci sta?tu,
- vedoucí? pracovní?k v oblasti politické? c?i vlá?dní? komunikace,
- profesiona?l v oblasti public affairs a zastupova?ní? za?jmu?,
- manaz?er komunikace se zame?r?eni?m na mezina?rodní? vztahy c?i obchod apod.

Mezi zame?stnavateli mohou by?t pr?edevs?í?m:

- firmy a korporace,
- státní instituce, zastupitelské úřady, vládní organizace,
- neziskové, kulturní a veřejné organizace,
- politici a politické strany,
- jednotlivci, kteří reprezentují sami sebe jako osobní značku (sportovci, umělci, lídři organizací apod.),
- public relations, public affairs, reklamní, digitální a fullservice agentury.

Garantem navazujícího magisterského programu je **doc. PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.**

Studijní povinnosti

Celkové studijní povinnosti	120 kreditů
Povinné předměty	78 kreditů
Povinně volitelné předměty	min. 30 kreditů
Volitelné předměty	max. 12 kreditů

Volitelné předměty viz čl. 5 odst. 4 Studijního a zkušebního řádu UK.

Magisterská státní zkouška

(JDIP01) Obhajoba diplomové práce

(JSZ400) Základní teoretické koncepty a historický kontext strategické komunikace

(JSZ401) Strategická komunikace v kontextu souvisejících disciplín

(JSZ402) Současná problematika komunikace

Povinné předměty

J#0440

<!--dg:select1:0440:2020:2025:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JKM500	Strategická komunikace: základní teorie a přístupy	Hejlová	ZS	2/0	Zk	8
JKM501	Strategické řízení a rozhodování	Koudelková Koblovský	ZS	2/0	Zk	8
JKM502	Psychologie a behaviorální ekonomie v komunikaci	Zíka Vranka	LS	2/0	Zk	8
JKM503	Současné trendy sociální a mediální komunikace	Jirák Schneiderová Klabíková Rábová	LS	2/2	Zk	10
JKM504	Metodologie výzkumu	Bláha Vranka Rosenfeldová	ZS	2/0	Zk	4
JKM505	Vybrané kapitoly z historie komunikace	Halada	LS	2/0	Zk	8
JKM506	Statistika a datová analýza	Vranka	ZS	2/0	KZ	4
JKM507	Analýza a predikce trendů	Koblovský Moravcová	LS	2/0	Zk	8
JKM508	Specifika digitální komunikace	Huněk	ZS	2/0	Zk	8
JKM509	Kritické myšlení a etika ve	Hejlová Kaclová	ZS	2/0	Zk	8

	<u>strategické komunikaci</u>					
JKM510	<u>Diplomový seminář</u>	<u>Hejlová</u>	ZS/LS	0/2	Z	4

Počet kreditů: 78

Prerevizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinným předmětům

<!--dg:rekv:0440:2020:2025:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerevizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JKM500	Strategická komunikace: základní teorie a přístupy				JKM550
JKM501	Strategické řízení a rozhodování				JKM552
JKM503	Současné trendy sociální a mediální komunikace			JKM555	JKM555
JKM504	Metodologie výzkumu				JKM556
JKM505	Vybrané kapitoly z historie komunikace				JKM595
JKM506	Statistika a datová analýza				JKM558
JKM507	Analýza a predikce trendů				JKM559
JKM508	Specifika digitální komunikace				JKM560
JKM509	Kritické myšlení a etika ve strategické komunikaci				JKM561

Povinně volitelné předměty

J#0441

<!--dg:select1:0441:2020:2025:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJM243	<u>Média a životní styl</u>	<u>Knapík</u>	ZS	1/1	Zk	6
JJM244	<u>Kulturní politika a česká společnost po roce 1938</u>	<u>Knapík</u>	LS	2/0	Zk	6
JKB205	<u>The psychology of morality</u>	<u>Vranka Koblovský</u>	LS	0/2	KZ	3
JKM124	<u>Média a životní styl</u>	<u>Knapík</u>	ZS	2/0	KZ	6
JKM511	<u>Strategic Communication in an Intercultural Context</u>	<u>Rosenfeldová</u>	LS	1/1	Zk	4

JKM512	<u>Teoretické aspekty vládní komunikace</u>	<u>Shavit Konrádová</u>	ZS	1/1	Zk	4
JKM513	<u>Systém a praxe současné češtiny</u>	<u>Schneiderová</u>	ZS	1/1	Zk	4
JKM514	<u>Politický management a leadership I</u>	<u>Shavit Konrádová</u>	ZS	1/1	Zk	4
JKM515	<u>Politický management a leadership II</u>	<u>Shavit Konrádová</u>	LS	0/2	Zk	4
JKM516	<u>Electoral Campaigns and Propaganda</u>	<u>Shavit</u>	LS	1/1	Zk	4
JKM517	<u>Teorie a praxe vyjednávání</u>	<u>Schneiderová Koblovský</u>	LS	1/1	KZ	4
JKM518	<u>Communicating Europe</u>	<u>Rosenfeldová Klásková</u>	LS	1/1	Zk	4
JKM519	<u>Výzkumná praxe</u>	<u>Vranka Hejlová</u>	ZS/LS	0/2	Z	4
JKM520	<u>Odborná praxe</u>	<u>Konrádová</u>	LS	0/2	Z	4
JKM521	<u>Nation Branding</u>	<u>Kolská Hejlová</u>	ZS	1/1	Z	4
JKM522	<u>Litigační PR jako součást krizové komunikace</u>	<u>Novák Štrégl</u>	ZS	1/1	Z	3
JKM523	<u>Public Affairs</u>	<u>Nekvapil Marco</u>	LS	1/1	KZ	4
JKM524	<u>Úvod do dohledových studií I</u>	<u>Slaviček</u>	ZS	1/1	Z	3
JKM525	<u>Strategická komunikace v diplomacii</u>	<u>Hybášková</u>	ZS/LS	1/1	Z	3
JKM526	<u>Úvod do dohledových studií II</u>	<u>Slaviček</u>	LS	1/1	Z	3
JKM527	<u>Řízení značky v éře dezinformací</u>	<u>Hejlová</u>	ZS	1/1	Z	3
JKM528	<u>Komunikační praxe - workshopy</u>	<u>Koudelková</u>	ZS	0/2	Z	3
JKM529	<u>Antropologie a významy</u>	<u>Soukup</u>	LS	2/0	Zk	4
JKM530	<u>Komunikace vědy a výzkumných institucí</u>	<u>Hejlová</u>	ZS	1/1	Z	3
JKM531	<u>Mediální trénink</u>	<u>Ayrer</u>	ZS	0/2	Z	2

JKM532	Strategické řízení lidí	Hejlová	ZS/LS	1/1	Z	3
JKM533	Media relations	Vlasák	LS	1/1	Z	3
JKM534	Efektivní komunikace ve veřejném sektoru	Zeman	ZS	1/1	KZ	4
JKM535	Teoretická východiska strategického řízení	Koblovský	ZS	1/1	KZ	4
JKM536	Umělá inteligence v komunikaci I	Richter	ZS	2/0	Zk	4
JKM538	Art marketing - workshopy	Hejlová	ZS	0/2	Z	2
JKM539	The Digital Ecosystem: Big Tech, Privacy and Marketing	Moravcová	LS	1/1	Z	3
JKM540	Veřejná mediální percepce environmentálních témat	Klabíková Rábová	LS	1/1	KZ	4
JKM542	Vizuální reprezentace kultury a prostoru v médiích	Bláha	ZS	1/1	KZ	4
JKM597	Tvorba a budování značky	Janouch Bubeníček	ZS	1/1	KZ	3

Minimální počet kreditů: 30

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinně volitelným předmětům

<!--dg:rekv:0441:2020:2025:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JKM515	Politický management a leadership II	JKM514			
JKM522	Litigační PR jako součást krizové komunikace				JJB634

Doporučené volitelné předměty

J#0442

<!--dg:select1:0442:2020:2025:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JCM039	Zásadní společenská	Matějka	ZS	3/0	Z	4

	<u>témata očima ekonomie</u>					
JEM220	<u>Data Science with R II</u>	<u>Křišťoufek</u>	LS	2/0	Zk	6
JEM221	<u>Data Science with R I</u>	<u>Křišťoufek</u>	ZS	2/0	Zk	5
JJM094	<u>Communication in the public sphere</u>	<u>Klabíková Rábová</u>	LS	1/1	KZ	4
JJM448	<u>Kniha jako médium</u>	<u>Halada Müller</u>	LS	1/1	KZ	3
JJM477	<u>Vývoj české žurnalistiky po roce 1989</u>	<u>Klimeš</u>	LS	1/1	Zk	5
JJM480	<u>Televizní moderování</u>	<u>Němcová Tejkalová</u>	ZS	0/2	KZ	4
JJM500	<u>Žurnalistická profese v kontextu aktuálních trendů vývoje médií</u>	<u>Jirků</u>	ZS/LS	1/1	Zk	5
JKM154	<u>Digitální hry a reprezentace</u>	<u>Fousek Krobová Houška</u>	LS	1/1	KZ	4
JKM194	<u>Empirical Audience Studies</u>	<u>Trültzsch-Wijnen Štoll</u>	LS	0/2	KZ	5
JKM199	<u>Biodiversity, Sustainability in the Agro-Food System</u>	<u>Koudelková</u>	LS	2/0	Z	2
JKM256	<u>Zákulisí filmového průmyslu</u>	<u>Aronová</u>	LS	1/1	KZ	5
JKM596	<u>Nation Branding and Post War Reconstruction</u>	<u>Shavit</u>	LS	1/1	KZ	3
JPM127	<u>Geopolitika a geostrategie 1815-1945</u>	<u>Romancov</u>	ZS	2/0	Zk	5
JPM611	<u>Cyber Security</u>	<u>Střítecký Erkomaishvili</u>	ZS/LS	1/1	Zk	6
JPM650	<u>Intelligence</u>	<u>Michálek</u>	ZS/LS	1/1	Zk	6
JPM656	<u>Technology and Warfare</u>	<u>Kučera Bahenský</u>	ZS/LS	1/1	Zk	6
JPM713	<u>Česká bezpečnostní politika</u>	<u>Ludvík Kučera</u>	ZS	1/1	Zk	6
JPM733	<u>Bezpečnostní systém ČR</u>	<u>Kučera Ludvík</u>	LS	1/1	Zk	6

Doporučený počet kreditů: 12

Kód plánu:
J20NPSK1267