
(NMGr) Program: Strategická komunikace (NP_SK)

Studijní program N0414A180003: Strategická komunikace – navazující, prezenční

Akademický rok: 2021/2022

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 (zprostředkovaná 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 persvazivní 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 vytvořit vlastní komunikativní strategii, zadržet vlastní komunikativní základní subjekty a vedení komunikativních týmů. Absolventi oboru budou připraveni na vlastní vědeckou dráhu na doktorském stupni, zejména na Media In a komunikativní studia, nebo na praxi ve vedoucích pozicích komunikativních odborníků a samostatných manažerů v oblasti strategické komunikace, marketingové komunikace či public relations. Absolventi jsou připraveni na profesní dráhu ve vyšších manažerských pozicích, samostatnou prací, efektivně rozhodovat a řízení týmů. Absolventi jsou vedeni k důrazu na etiku, etické rozhodování a sociální odpovědnost ve všech oblastech komunikace.

Absolventi/ky oboru mohou pracovat například na těchto konkrétních pozicích:

- manažer v oblasti komunikace,
- vedoucí komunikativního či tiskového odboru,
- odborník na digitální komunikaci a sociální media,
- odborník na veřejnou diplomacii a propagaci státu,
- vedoucí pracovník v oblasti politické či vládní komunikace,
- profesionál v oblasti public affairs a zastupování zájmu,
- manažer komunikace se zaměřením na mezinárodní vztahy či obchod apod.

Mezi zamestnavateli mohou být především:

- firmy a korporace,
- sta?tní? instituce, zastupitelske? u?r?ady, vla?dni? organizace,
- neziskove?, kulturní? a ve?decke? organizace,
- politici a politicke? strany,
- jednotlivci, kter?i? reprezentuji? sami sebe jako osobní? znac?ku (sportovci, ume?lci, lí?dr?i organizací? apod.),
- public relations, public affairs, reklamní?, digita?ní? a fullservisove? 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:select1:0440:2021:2024: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	Jiráček Schneiderová Klabíková Rábová	LS	2/2	Zk	10
JKM504	Metodologie výzkumu	Houdek Vranka Rosenfeldová	ZS	2/0	Zk	4
JKM505	Vybrané kapitoly z historie komunikace	Halada	LS	2/0	Zk	8
JKM506	Statistika a datová analýza	Houdek 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	ZS	2/0	Zk	8

	strategické komunikaci					
JKM510	Diplomový seminář	Moravcová	ZS/LS	0/2	Z	4

Počet kreditů: 78

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinným předmětům

<!--dg:rekv:0440:2021:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	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:select1:0441:2021:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJM243	Média a životní styl	Knapík	ZS	1/1	Zk	6
JJM244	Kulturní politika a česká společnost po roce 1938	Knapík	LS	2/0	Zk	6
JKB205	The psychology of morality	Vranka Koblavský	LS	0/2	KZ	3
JKM124	Média a životní styl	Knapík	ZS	2/0	KZ	6
JKM511	Strategic Communication in an Intercultural Context	Rosenfeldová	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>	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</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	Panýrová	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
JKM536	Umělá inteligence v komunikaci I	Richter	ZS	2/0	Zk	4
JKM537	Role sociálních sítí a influencerů ve strategické komunikaci	Hejlová Konopásková Panýr	LS	0/2	KZ	3
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
JKM541	Umělá inteligence v komunikaci II	Richter	LS	2/0	Zk	4
JKM597	Tvorba a budování značky	Janouch Bubeníček	ZS	1/1	KZ	3
JKM598	Risk Intelligence for Global Public and Private Sector	Scherf	LS	1/1	Zk	4

Minimální počet kreditů: 30

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinně volitelným předmětům

<!--dg:rekv:0441:2021:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JKM515	Politický management a leadership II	JKM514			
JKM522	Litigační PR jako součást krizové komunikace				JJB634
JKM541	Umělá inteligence v komunikaci II	JKM536			
JKM598	Risk Intelligence for Global Public and Private Sector				JTB341

Doporučené volitelné předměty

J#0442

<!--dg:select1:0442:2021:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JCM039	Zásadní společenská témata očima ekonomie	Matějka	ZS	3/0	Z	4
JEM220	Data Science with R II	Křišťoufek	LS	2/0	Zk	6
JEM221	Data Science with R I	Křišťoufek	ZS	2/0	Zk	5
JJM093	Vývoj žurnalistiky po roce 1989	Klimeš	LS	1/1	KZ	4
JJM094	Communication in the public sphere	Klabíková Rábová	LS	1/1	KZ	4
JJM406	Teorie a praxe televizní moderace	Stach	LS	1/1	KZ	3
JJM413	Žurnalistická profese v kontextu aktuálních trendů vývoje médií	Jirků	ZS/LS	1/1	Zk	3
JJM448	Kniha jako médium III	Halada Müller	LS	1/1	KZ	3
JKM154	Digitální hry a reprezentace	Fousek Krobová Houška	LS	1/1	KZ	4
JKM194	Empirical Audience Studies	Trültzsch-Wijnen Štoll	LS	0/2	KZ	5
JKM199	Biodiversity, Sustainability in the Agro-Food System	Koudelková	LS	2/0	Z	3
JKM204	Media and Migration	Neag	LS	1/1	KZ	5
JKM256	Záklisí filmového průmyslu	Aronová Štoll	LS	1/1	KZ	5
JKM596	Nation Branding and Post War Reconstruction	Shavit	LS	1/1	KZ	3
JPM127	Geopolitika a geostrategie 1815-1945	Romancov	ZS	2/0	Zk	5
JPM611	Cyber Security	Střítecký Erkomaishvili	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:

J21NPSK1335