
(NMgr) Program: Strategická komunikace (NP_SK)

Studijní program N0414A180003: Strategická komunikace – navazující, prezenční

Akademický rok: 2024/2025

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?ni? 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 konkré?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

(JSZ666) Strategická komunikace: základní a související teorie, koncepty a přístupy

(JSZ667) Aplikovaná strategická komunikace

Povinné předměty

J#044024

<!--dg:select1:044024:2024:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JKM502	Psychologie a behaviorální ekonomie v komunikaci	Zíka Vranka	LS	2/0	Zk	8
JKM550	Strategická komunikace: základní teorie a přístupy I	Hejlová	ZS	2/0	Zk	6
JKM551	Strategická komunikace: základní teorie a přístupy II	Báča	LS	2/0	Zk	6
JKM552	Strategické řízení a rozhodování I	Koblovský	ZS	2/0	Zk	6
JKM553	Strategické řízení a rozhodování II	Koudelková Koblovský	LS	2/0	Zk	6
JKM555	Strategická komunikace v kontextu médií a politiky	Jiráková Shavit Konrádová	LS	2/0	Zk	6
JKM556	Metodologie výzkumu I	Houdek Vranka Rosenfeldová	ZS	1/1	Zk	4
JKM557	Diplomový seminář	Moravcová	ZS/LS	0/2	Z	8
JKM558	Statistika a datová analýza	Houdek Vranka	ZS	2/0	KZ	6
JKM559	Analýza a predikce trendů	Moravcová Koblovský	LS	2/0	Zk	6

JKM560	<u>Specifika digitální komunikace</u>	<u>Huněk Báča</u>	ZS	2/0	Zk	6
JKM561	<u>Kritické myšlení a etika ve strategické komunikaci</u>	<u>Hejlová</u>	ZS	2/0	Zk	6
JKM594	<u>Metodologie výzkumu II</u>	<u>Bláha Rosenfeldová Vranka</u>	LS	1/1	KZ	4

Počet kreditů: 78

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinným předmětům

<!--dg:rekv:044024:2024:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Prerekvizity	Korekvizity	Záměnnosti	Neslučitelnosti
JKM550	Strategická komunikace: základní teorie a přístupy I				JKM500
JKM552	Strategické řízení a rozhodování I				JKM501
JKM553	Strategické řízení a rozhodování II	JKM552			
JKM555	Strategická komunikace v kontextu médií a politiky				JKM503
JKM556	Metodologie výzkumu I				JKM504
JKM557	Diplomový seminář	JKM556			
JKM558	Statistika a datová analýza				JKM506
JKM559	Analýza a predikce trendů				JKM507
JKM560	Specifika digitální komunikace				JKM508
JKM561	Kritické myšlení a etika ve strategické komunikaci				JKM509
JKM594	Metodologie výzkumu II	JKM556			

Povinně volitelné předměty

J#044124

<!--dg:select1:044124:2024:2024:cz-->

Kód	Název předmětu	Garant předmětu	Semestr	Rozsah výuky	Kontrola studia	Kredity
JJM244	<u>Kulturní politika a česká společnost po roce 1938</u>	<u>Knapík</u>	LS	2/0	Zk	6

JKB205	The psychology of morality	Vranka Koblovský	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	Teoretické aspekty vládní komunikace	Shavit Konrádová	ZS	1/1	Zk	4
JKM513	Systém a praxe současné češtiny	Schneiderová	ZS	1/1	Zk	4
JKM514	Politický management a leadership I	Shavit Konrádová	ZS	1/1	Zk	4
JKM515	Politický management a leadership II	Shavit Konrádová	LS	0/2	Zk	4
JKM516	Electoral Campaigns and Propaganda	Shavit	LS	1/1	Zk	4
JKM517	Teorie a praxe vyjednávání	Schneiderová Koblovský	LS	1/1	KZ	4
JKM518	Communicating Europe	Rosenfeldová Klásková	LS	1/1	Zk	4
JKM519	Výzkumná praxe	Vranka Hejlová	LS	0/2	Z	4
JKM520	Odborná praxe	Konrádová	LS	0/2	Z	4
JKM521	Nation Branding	Kolská	ZS	1/1	Z	4
JKM522	Litigační PR jako součást krizové komunikace	Novák Štrégl	ZS	1/1	Z	3
JKM523	Public Affairs	Nekvapil Marco	LS	1/1	KZ	4
JKM524	Úvod _____ do dohledových studií I	Slaviček	ZS	1/1	Z	3
JKM526	Úvod _____ do dohledových studií II	Slaviček	LS	1/1	Z	3
JKM527	Řízení značky v _____ éře dezinformací	Hejlová	ZS	1/1	Z	3
JKM528	Komunikační praxe _____ - workshopy	Koudelková	ZS	0/2	Z	3
JKM529	Antropologie a významy	Soukup	LS	2/0	Zk	4

JKM530	Komunikace vědy a výzkumných institucí	Hejlová	ZS	1/1	Z	3
JKM531	Mediální trénink	Ayrer	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
JKM595	Vybrané kapitoly z historie komunikace	Halada	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
JKM599	Strategická korporátní komunikace	Dvořáková	LS	1/1	Zk	4

Minimální počet kreditů: 30

Prerekvizity, korekvizity, záměnnosti a neslučitelnosti k povinně volitelným předmětům

<!--dg:rekv:044124:2024:2024: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			
JKM595	Vybrané kapitoly z historie komunikace				JKM505
JKM598	Risk Intelligence for Global Public and Private Sector				JTB341

Doporučené volitelné předměty

J#0442

<!--dg:select1:0442:2024:2024: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	Koudelková	LS	2/0	Z	3

	<u>the Agro-Food System</u>					
JKM204	<u>Media and Migration</u>	<u>Neag</u>	LS	1/1	KZ	5
JKM256	<u>Zákulisí filmového průmyslu</u>	<u>Aronová Štoll</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:
J24NPSK1635