

Diplomová práce je věnována tematice public relations v prostředí českých veřejných knihoven. Teoretická část práce přináší komplexní shrnutí problematiky public relations jako jedné z hlavních forem externí marketingové i manažerské komunikace knihoven. Postupně jsou popsány význam, cíle, principy, zázemí, obsahová náplň i používané metody a prostředky public relations. Značný prostor je věnován procesu budování značky a dobré image knihovny a externí prezentaci knihoven prostřednictvím masmédií a internetu. Text je doplněn mnoha příklady dobré praxe z českých knihoven. V empirické části je prezentován projekt průzkumného šetření o realizaci public relations v českých knihovnách v roce 2015. Průzkum pomohl zmapovat aktuální situaci a přinesl mnoho zajímavých informací o postojích knihoven k public relations a užívaných formách jejich externí prezentace, propagace a komunikace. Podrobnější vhled do praxe nabízí stručná přehledová studie, která představuje externí komunikační strategii a vybrané public relations aktivity ve dvou vybraných královéhradeckých knihovnách.