

Definice profesionálního poskytovatele služeb v oblasti Public Relations APRA, z.s.

Tuto definici formulovala APRA, o.s., s cílem deklarovat, jaké subjekty sdružuje a chce sdružovat jako své členy.

Public Relations

Public Relations je dlouhodobým vytvářením a rozvíjením vztahů mezi organizací (jednotlivcem) a různými skupinami či jednotlivci (veřejností), které a kteří jsou pro ni důležití. Při vytváření takových vztahů a při prosazování zájmů organizace (jednotlivce) v těchto vztazích musí být respektovány zájmy skupin (jednotlivců), se kterými se vztahy vytvářejí. Dále při tom musí být dodržovány zákony a etická pravidla platná v dané chvíli v dané společnosti a zemi.

Poskytovatelé služeb v oblasti Public Relations

Poskytovatelem služeb v oblasti Public Relations je samostatný podnikatel či samostatný podnikatelský subjekt, který organizacím či jednotlivcům poskytuje za úplatu poradenské a organizační služby v oblasti Public Relations a tato činnost je zároveň jeho jedinou či dominantní oblastí podnikání. Cílem činnosti poskytovatele služeb v oblasti Public Relations je efektivně a profesionálně pomáhat svým klientům dosahovat cílů v oblasti Public Relations a díky poskytování kvalitních služeb dosahovat zisku.

Využívání sdělovacích prostředků v Public Relations

V Public Relations se často využívají hromadné sdělovací prostředky (médiá), jejichž prostřednictvím organizace (jednotlivci) informují veřejnost o sobě a své činnosti. Pokud zajišťují spolupráci mezi organizací (jednotlivcem) a médií poskytovatelé služeb v oblasti Public Relations, řídí se následujícími zásadami:

- ⇒ jejich činnost je založena na dobrém jméně, které mezi zástupci médií požívají, na znalosti fungování sdělovacích prostředků a na kvalifikované práci s informacemi,
- ⇒ s vydavatelem (provozovatelem) média nejsou ve vztahu, který by mohl poškodit zájmy jejich klientů nebo který by nebyl v souladu s dobrými mravy,
- ⇒ novinářům neposkytují hmotné stimuly.