

Česká republika nemá propracovanou strategii vytváření dobrého jména v zahraničí. Cílem semináře bylo nastartovat diskuzi o tom, jak řídit prezentaci státu navenek, jak zefektivnit prostředky, které se investují do prezentace České republiky a vytváření jejího dobrého jména, a o tom, jak cílenou propagací České republiky podpořit obchod a turistický ruch u nás a zvýšit tak konkurenceschopnost naší země. Téma zlepšení našeho tzv. country brandingu je dílčím úkolem vládní Proexportní strategie a objevuje se také v Programovém prohlášení vlády. Seminář tedy navazoval již schválený konkrétní závazek vlády.

Na semináři prezentoval výstupy své analýzy tým studentů oboru Marketingové komunikace a Public Relations, IKSŽ, Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze vedený Ing. Ladislavem Kopeckým.

Tímto seminářem práce na daném tématu nekončí. Chceme toto dále diskutovat na Zahraničním výboru a Podvýboru pro styky s krajany, prezentaci ČR a vnější ekonomické vztahy. Tyto orgány by mohly přijmout usnesení a doporučit tak vládě nejefektivnější způsob řešení dané problematiky.

Úvodní slovo místopředsedkyně Zahraničního výboru Ing. Lenky Andrášové

Téma značky je velmi aktuální všude ve světě. Zrovna o tomto víkendu jsem se setkala s řadou zajímavých lidí. Hovořila jsem kupříkladu se zaměstnancem jednoho DG Evropské komise. Když jsem mu o našem záměru uspořádat seminář povídala, svěřil se mi, že i Evropská komise pracuje na zlepšení své prezentace. Aktuálně začínají sjednocovat loga. V Německu k tomuto došlo již před asi pěti lety.

Dále jsem hovořila s jedním specialistou na marketing. Pracuje pro firmy jako například Coca Cola a další mezinárodní společnosti. Jako novou oblast v marketingu vnímá právě tzv. country branding. Zajisté je proto načase, abychom se i my u nás tímto tématem seriózně zabývali.

Prezentace ke stažení [ZDE](#)

[Joomla SEO powered by JoomSEF](#)