

SPIS TREŚCI:

Przedmowa

1. Co to jest public relations

- Zakres public relations
 - Kilka definicji
- Pytania kontrolne
- Siedem grzechów głównych public relations

2. Strategiczne public relations, sprawy przedsiębiorstwa i sprawy publiczne

- Strategiczna rola public relations
- Relacje ogólne w przedsiębiorstwie a sprawy publiczne
 - Wartość opisów programów przykładowych

3. Public relations a propaganda, reklama i marketing

- Public relations czy propaganda?
- Public relations a inne dyscypliny
- Marketing a public relations
 - Podsumowanie

4. Komunikowanie się z opinią publiczną i wyspecjalizowanymi grupami odbiorców

- Identyfikowanie grup otoczenia
 - Opinia publiczna
 - Wpływanie na twórców opinii
- Weryfikacja przekazu (communication audits)
- Jak efektywna jest Twoja komunikacja?
- Public relations finansów i investors relations
 - Obrona interesów konsumenta
 - Zagadnienia ochrony zdrowia

5. Media relations i lobbying parlamentarny

- Powiązanie z mediami
- Metody pracy z mediami
- Informacyjne notatki prasowe
- Wykorzystywanie fotografii
- Właściwe wykorzystanie konferencji informacyjnych
 - Wizyty w zakładach produkcyjnych
 - "Listy do redakcji"
 - Radio i telewizja

6. Mierzenie rezultatów media relations

6. Metody działań public relations

- Trzy kontrastowo różne programy
 - Słowo drukowane
 - Sztuka pisanie
- Wydawnictwa zakładowe (house journals)
 - Fotografia w public relations
 - Słowo mówione
 - Wystawy i konferencje

- Sponsoring

7. Tożsamość przedsiębiorstwa (corporate identity) i komunikacja przy pomocy środków wizualnych

- Założenia tożsamości przedsiębiorstwa
- Zakres programów tożsamości przedsiębiorstwa
 - Uwagi na temat logo
- Projektowanie i podtrzymywanie własnego stylu
 - Podsumowanie

8. Kontakty ze społecznościami lokalnymi i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa

- Ochrona środowiska
- Kontakty ze społecznościami lokalnymi

9. Badania, pomiary i ocena

- Badania stosowane
 - Badanie opinii
 - Wiarygodność badań
 - Metody oceny
- Wykorzystywanie badania do skojarzenia
- Kilka uwag końcowych o badaniach w public relations

10. Wewnętrzne public relations

- Efektywna komunikacja wewnętrzna
 - Dążenie do doskonałości
 - Metody komunikacji wewnętrznej

11. Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych

- "Znane nieznanne" lub "nieznane nieznanne"
 - Przygotowanie planu kryzysowego
 - Awaria w Czarnobylu
 - Polityka kryzysowa Dow Canada
 - Katastrofa Exxon Valdez
 - Katastrofa lotnicza
- Zanieczyszczenia spowodowane przez ludzi
 - Podsumowanie

12. Zarządzanie i organizacja public relations

- Modele praktyki public relations
- Niektóre aspekty doskonałości im jakości
- Public relations w ramach przedsiębiorstwa lub za pośrednictwem firm doradczych
 - Zalety i wady działalności w ramach firmy
 - Zalety zatrudniania doradców zewnętrznych
 - Wybór optymalnego rozwiązania

13. Etyka działalności gospodarczej

- Zasady siły etycznej
- Rozwój kodeksów etycznych
 - Wnioski

14. Międzynarodowe public relations i praca w sieci (networking)

- Możliwe błędy spowodowane różnicami językowymi
 - Komunikacja niewerbalna

- Kwestie etyczne

- Media

15. Zarys dziejów public relations

- Historia public relations w Wielkiej Brytanii
- Powstanie Instytutu Public Relations

16. Edukacja w zakresie public relations i perspektywy rozwoju kariery zawodowej w tej dziedzinie

- Miejsce public relations w edukacji kadry zarządzającej
 - Model programu nauczania
- Public relations jako droga kariery zawodowej
- Struktura nauczania public relations w Polsce

Zalecane lektury

Indeks