

# SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	5
------------	---

## ROZDZIAŁ I. STRATEGIA *PUBLIC RELATIONS*

1.1 Znaczenie strategii <i>public relations</i> dla samorządu.....	9
1.2 Zasady przygotowania strategii <i>public relations</i> .....	10
1.3 Odbiorcy strategii.....	12
1.4 Procedura opracowania strategii.....	15
1.5 Wdrażanie strategii.....	21
1.6 Błędy popełniane podczas realizacji działań PR.....	22

## ROZDZIAŁ II. BADANIA JAKO PODSTAWA KOMUNIKACJI

2.1 Wykorzystanie badań w kształtowaniu wizerunku samorządu ...	27
2.2 Projektowanie badań marketingowych.....	28
2.3 Wybrane metody badań marketingowych.....	31
2.4 Zasady doboru próby badawczej.....	36
2.5 Konstruowanie kwestionariuszy badawczych.....	37
2.6 Badania pilotażowe i zasadnicze.....	39
2.7 Rola raportu z badań w zarządzaniu wizerunkiem.....	39
2.8 Błędy w badaniach i sposoby ich unikania.....	40

## ROZDZIAŁ III. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

3.1 Znaczenie komunikacji wewnętrznej w samorządzie.....	45
3.2 Kultura organizacyjna.....	46

3.3	Koncepcja marketingu wewnętrznego. ....	51
3.4	Komunikacja wewnętrzna w samorządzie. ....	54
3.5	Narzędzia wewnętrznego PR. ....	56
3.6	Korzyści wynikające z prawidłowego stosowania narzędzi IPR ...	64
3.7	Błędy w procesie komunikacji wewnętrznej. ....	65

#### ROZDZIAŁ IV. KOMUNIKACJA ZEWNĘTRZNA

4.1	Rola komunikacji zewnętrznej w samorządzie. ....	71
4.2	Obszary komunikacji zewnętrznej w samorządzie. ....	72
4.3	Wydarzenia specjalne w samorządzie. ....	90
4.4	Certyfikaty jakości pracy samorządu. ....*	96
4.5	Współpraca z mediami. ....	97
4.6	Relacje z inwestorami. ....	101
4.7	Błędy w komunikacji. ....	107

#### ROZDZIAŁ V. WIZERUNEK LIDERA LOKALNEGO

5.1	Istota i znaczenie wizerunku lidera lokalnego. ....	111
5.2	Metody komunikacji i ich wykorzystanie w kształtowaniu wizerunku. ....	112
5.3	Komunikacja interpersonalna. ....	116
5.4	Kreatywność w pracy lidera. ....	120
5.5	Etyka lidera. ....	121
5.6	Błędy w komunikacji interpersonalnej. ....	121

#### ROZDZIAŁ VI. KOMUNIKOWANIE W KRYZYSIE

6.1	Uwarunkowania i typy sytuacji kryzysowych w samorządzie. ....	127
6.2	Plan zarządzania w sytuacji kryzysowej. ....	129
6.3	Tworzenie sztabu kryzysowego. ....	132
6.4	Wybrane zasady komunikacji w sytuacji kryzysowej. ....	134
6.5	Symulacje kryzysu i możliwości ich wykorzystania w samorządzie. ....	135
6.6	Monitoring sytuacji kryzysowej. ....	136

SUPLEMENT	ZASADY ETYKIETY DLA SAMORZĄDOWCÓW. ....	141
-----------	---	-----

ZAMIAST	PODSUMOWANIA. ....	159
---------	--------------------	-----