

SPIS TREŚCI

WSTĘP DO PUBLIKACJI	9
I. WSTĘP DO PUBLIC RELATIONS	11
1. Definicja public relations	11
2. Historia i rozwój public relations	14
3. Różnice między public relations a reklamą i marketingiem .	16
II. PODSTAWOWE KONCEPCJE I TEORIE PUBLIC RELATIONS	19
1. Modele komunikacji w PR	19
2. Teoria relacji z interesariuszami	21
3. Etyka w public relations	24
III. PROCESY PUBLIC RELATIONS	28
1. Analiza sytuacji i badanie rynku	28
2. Planowanie strategii PR.	31
3. Realizacja i zarządzanie kampanią PR.	34
4. Ocena i pomiar efektywności działań public relations. . . .	37
IV. INTERESARIUSZE I BUDOWANIE RELACJI	41
1. Typy interesariuszy w public relations.	41
2. Narzędzia budowania relacji z interesariuszami	42
3. Zarządzanie reputacją i zaufaniem	44
V. MEDIA RELATIONS.	49
1. Rola mediów w PR	50
2. Przygotowywanie komunikatów prasowych.	53
3. Współpraca z dziennikarzami i mediami	57
4. Organizacja konferencji prasowych	60
VI. PUBLIC RELATIONS W KRYZYSIE.	65
1. Zarządzanie sytuacją kryzysową.	65
2. Komunikacja kryzysowa	69
3. Case study: Skuteczne strategie zarządzania kryzysowego . .	73

VII. DIGITAL PR I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE . . .	82
1. Rola Internetu w PR	85
2. Komunikacja w mediach społecznościowych	90
3. Monitoring i analiza wizerunku online	94
4. Kampanie influencer marketingowe	98
VIII. PR WEWNĘTRZNY (KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA)	104
1. Znaczenie komunikacji wewnętrznej w organizacji	105
2. Narzędzia komunikacji wewnętrznej	108
3. Budowanie kultury organizacyjnej i zaangażowania pracowników	112
IX. PUBLIC RELATIONS W SEKTORZE PUBLICZNYM I PRYWATNYM	117
1. PR w administracji publicznej	117
2. PR korporacyjny	122
3. PR non-profit i organizacje pozarządowe	126
X. MIĘDZYNARODOWY PUBLIC RELATIONS. . . .	130
1. Globalizacja a PR.	130
2. Zarządzanie międzynarodową reputacją.	134
3. Różnice kulturowe w komunikacji PR	137
XI. PRZYSZŁOŚĆ PUBLIC RELATIONS	142
1. Trendy i innowacje w PR	142
2. Zmieniające się technologie i ich wpływ na PR	145
3. Zrównoważony rozwój a public relations	149
XII. ZAKOŃCZENIE	154
1. Podsumowanie kluczowych zagadnień	154
2. Rola PR w przyszłości komunikacji	156
POSŁOWIE	161
PRZYPISY	162
BIBLIOGRAFIA	175