

PR w Polsce i na Swiecie czyli skuteczne kreowanie wizerunku

Wstęp.....3

Rozdział I

Co to właściwie jest Public Relations?

1. Definicje.....6
2. Skąd się wzięło public relations?.....10
3. Na czym polega współczesne public relations.?.....4

Rozdział II

Public relations a działania marketingowe, przygotowanie programu i zarządzanie kryzysowe

1. PR na tle działań marketingowych organizacji17
2. Przygotowanie programu działań public relations23
3. Postępowanie w przypadku kryzysu.....7

Rozdział III

Strategia działań public relations dla Prokom Software S.A

1. Diagnoza stanu firmy..... 31
2. Cel działań public relations..... 36
3. Program działań public relations.....41
4. Komunikacja w kryzysie dla Prokom Software S.A..... 54
5. Harmonogram działań na dwanaście miesięcy dla Prokom Software S.A 70

Rozdział IV

Miedzykulturowe aspekty PR

1. Uniwersalny charakter public relations..... 76

Rozdział V

Public relations w Polsce 87

Zakończenie 110

Bibliografia..... 112