

Public relations w administracji publicznej – wybrane zagadnienia

Wstęp

Rozdział I

Public relations w literaturze przedmiotu

1.1. Zagadnienia terminologiczne administracji publicznej – geneza i rozwój

1.2. Początki public relations

1.3. Definicja public relations

1.4. Cele i instrumenty public relations

Rozdział II

Kształtowanie wizerunku w administracji publicznej

2.1. Wizerunek i reputacja administracji publicznej

2.2. Odbiorcy działań public relations w administracji publicznej

2.3. Znaczenie komunikowania z interesariuszami w administracji publicznej

2.4. Instrumenty działań public relations w administracji publicznej

Rozdział III

Działania wizerunkowe wobec klientów administracji publicznej

3.1. Poziom obsługi klienta

3.2. Internet jako medium wizerunkowe

3.2.1. Narzędzia służące do prowadzenia działań public relations

3.2.2. Media społecznościowe w działaniach public relations

3.3. Działania promocyjne i imprezy wizerunkowe

Rozdział IV

Public relations w sytuacjach kryzysowych

4.1. Sytuacje kryzysowe w teorii public relations – przyczyny i rodzaje

4.2 Zasady i formy komunikacji kryzysowej

4.3. Zadania public relations po zakończeniu kryzysu

4.4. Przykłady sytuacji kryzysowych w administracji publicznej

Zakończenie

Bibliografia