

Public Relations w działaniach Urzędu Marszałkowskiego w XYZ

Wstęp

Rozdział I.

Istota Public Relations

1. Public relations – zagadnienia definicyjne
2. Public relations a dziedziny pokrewne
3. Zadania i składowe procesy public relations
4. Wewnętrzna i zewnętrzna funkcja PR

Rozdział II.

Przydatność marketingu w działaniach samorządu terytorialnego

1. Rola samorządu terytorialnego
2. Zadania samorządu terytorialnego
3. Marketing w samorządzie terytorialnym

Rozdział III.

Charakterystyka Urzędu Marszałkowskiego

1. Działania Urzędu Marszałkowskiego elementu samorządu terytorialnego
2. Zakres działań Urzędu Marszałkowskiego w XYZ (strategia)
3. Działania marketingowe w realizacji zadań Urzędu Marszałkowskiego w XYZ

Rozdział IV.

Możliwość realizacji zasad Public relations w Urzędzie

Marszałkowskim

1. Znaczenie PR w działaniach Urzędu Marszałkowskiego
2. PR w działaniach promocyjnych Urzędu Marszałkowskiego
3. Dalsze kierunki rozwoju PR w Urzędzie Marszałkowskim w XYZ

Bibliografia