

Reakcja na krytykę jako element budowy pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa

Wstęp.....4

Rozdział I.

Ogólne zagadnienia public relations

1.1 Pojęcie i istota public relations..... 6

1.2 Wizerunek i tożsamość firmy9

1.3 Reputacja firmy13

1.4 Identyfikacja otoczenia firmy..... 15

1.5 Komunikowanie jako podstawowa metoda public relations.....
17

1.6 Zagrożenia w komunikacji przy użyciu środków
językowych..... 21

1.7 Etyka w biznesie i public relations22

Rozdział II.

Reakcja na krytykę oraz konflikty elementem budowania wizerunku firmy

2.1 Reakcja na krytykę25

2.1.1 Rodzaje i źródła krytyki..... 28

2.1.2 Przedmiot krytyki zewnętrznej i wewnętrznej.....29

2.1.3 Formy i metody kwalifikacji krytyki..... 30

2.2 Skarga i krytyka..... 32

2.3 Pojęcie konfliktu35

2.3.1 Rodzaje i typologia konfliktów36

2.3.2 Dawne i współczesne poglądy na konflikt..... 40

2.3.3 Pozytywna i negatywna rola konfliktu42

2.3.4 Przyczyny konfliktów44

2.3.5 Sposoby rozwiązywania konfliktów47

2.4 Skuteczne rozwiązywanie problemów50

Rozdział III.

Zarządzanie sytuacja kryzysowa w przedsiębiorstwie

3.1 Pojęcie kryzysu54

3.2 Źródła kryzysów..... 56

3.3 Szczególna rola public relations w sytuacji kryzysowej.....57

3.4 Plan sytuacji kryzysowej..... 63

Zakończenie67

Bibliografia69