

Rola mass mediów w zarządzaniu kryzysowym

Wstęp.....4

Rozdział I

Metodologiczne podstawy badań własnych

- 1.1. Cel i przedmiot badań..... 6
- 1.2. Problemy i hipotezy badawcze..... 8
- 1.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze..... 10
- 1.4. Organizacja i przebieg badań12

Rozdział II

Podstawowe zagadnienia dotyczące mass mediów i relacji ze środkami masowego przekazu

- 2.1. Pojęcie, cechy, zadania..... 13
- 2.2. Charakterystyka wybranych funkcji mass mediów18
- 2.3. Definicje, charakterystyka oraz rola opinii publicznej21
- 2.4. Współpraca z mediami25
- 2.5. Wpływ mass mediów na odbiorcę i życie społeczne..... 29

Rozdział III

Podstawowe zagadnienia dotyczące zarządzania kryzysowego

- 3.1. Istota zarządzania kryzysowego33
- 3.2. Kryzys a konflikt..... 35
- 3.3. Charakterystyka sytuacji kryzysowej39
- 3.4. Proces zarządzania kryzysowego..... 42
- 3.5. Planowanie w zarządzaniu kryzysowym44
- 3.6. Komunikacja w zarządzaniu kryzysowym47

Rozdział IV

Społeczna ocena działalności mass mediów w zarządzaniu kryzysowym

4.1. Opis grupy badawczej	50
4.2. Analiza wyników badań.....	53
4.3. Wnioski	60

Zakończenie	62
--------------------------	-----------

Bibliografia.....	64
--------------------------	-----------

Wykaz tabel, rysunków i wykresów	68
---	-----------

Summary.....	70
---------------------	-----------

Aneks.....	72
-------------------	-----------