

Spis Treści

I. Wstęp do Public Relations

- 1 Definicja i rola Public Relations
- 2 Historia i rozwój PR
- 3 Różnice między PR a reklamą i marketingiem

II. Podstawowe Koncepcje i Teorie Public Relations

- 1 Modele komunikacji w PR
- 2 Teoria relacji z interesariuszami
- 3 Etyka w Public Relations

III. Procesy Public Relations

- 1 Analiza sytuacji i badanie rynku
- 2 Planowanie strategii PR
- 3 Realizacja i zarządzanie kampanią PR
- 4 Ocena i pomiar efektywności działań PR

IV. Interesariusze i Budowanie Relacji

- 1 Typy interesariuszy w Public Relations
- 2 Narzędzia budowania relacji z interesariuszami
- 3 Zarządzanie reputacją i zaufaniem

V. Media Relations

- 1 Rola mediów w PR
- 2 Przygotowywanie komunikatów prasowych
- 3 Współpraca z dziennikarzami i mediami
- 4 Organizacja konferencji prasowych

VI. Public Relations w Kryzysie

- 1 Zarządzanie sytuacją kryzysową
- 2 Komunikacja kryzysowa
- 3 Case study: Skuteczne strategie zarządzania kryzysowego

VII. Digital PR i Media Społecznościowe

- 1 Rola Internetu w PR
- 2 Komunikacja w mediach społecznościowych
- 3 Monitoring i analiza wizerunku online
- 4 Kampanie influencer marketingowe

VIII. PR wewnętrzny (komunikacja wewnętrzna)

- 1 Znaczenie komunikacji wewnętrznej w organizacji
- 2 Narzędzia komunikacji wewnętrznej
- 3 Budowanie kultury organizacyjnej i zaangażowania pracowników

IX. Public Relations w sektorze publicznym i prywatnym

- 1 PR w administracji publicznej

- 2 PR korporacyjny
- 3 PR non-profit i organizacje pozarządowe

X. Międzynarodowy Public Relations

- 1 Globalizacja a PR
- 2 Zarządzanie międzynarodową reputacją
- 3 Różnice kulturowe w komunikacji PR

XI. Przyszłość Public Relations

- 1 Trendy i innowacje w PR
- 2 Zmieniające się technologie i ich wpływ na PR
- 3 Zrównoważony rozwój a Public Relations

XII. Zakończenie

- 1 Podsumowanie kluczowych zagadnień
- 2 Rola PR w przyszłości komunikacji