

Public relations w administracji.

Autor: Kuba Giedrojć

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I	
Zagadnienia wstępne	11
1.1. Definicja	11
1.2. Public relations a propaganda, reklama, marketing	17
1.3. Po co pisać o public relations w administracji?	27
Rozdział II	
Cele, funkcje, odbiorcy	31
2.1. Cele działań public relations w administracji	31
2.2. Funkcje działań	40
2.3. Odbiorcy działań	44
Rozdział III	
Główne instrumenty działań	52
3.1. Media relations	53
3.2. System informacji: obsługa klienta, wydawnictwa, Internet	79
3.3. Sponsoring i wsparcie instytucjonalne	98
3.4. Lobbying	103
Rozdział IV	
Planowanie, organizacja i realizacja działań	111
4.1. Organizacja, kadry, budżet	111
4.2. Podstawy prawne działań public relations	121
4.3. Normy etyczne	132
4.4. Strategie działań	137
Kilka pozycji, które warto przeczytać	151
Spis załączników	153