

Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem

Tytuł: Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem

Autor: Krystyna Wojcik

Wydawnictwo: Placet

Rok wydania: wrzesień 2005

ISBN: 83-85428-98-4

Format: 170x240

Objętość: 928 str.

Cena: 129 PLN

Cena dla prenumeratorów: 120 PLN

Trzecie wydanie, podobnie jak pierwsze, obejmuje większość zagadnień uznanych przez zespół amerykańskich specjalistów (powołany przez Amerykańskie Stowarzyszenie Public Relations) za niezbędny zakres tematyczny teorii PR.

Według tego grona teoria PR obejmuje zagadnienia:

- historii, kontekstu społecznego, etyki, odpowiedzialności społecznej, prawa, profesjonalizmu zawodowego;
- organizacyjne, a w tym: struktury organizacyjne, zarządzanie PR, rola specjalistów PR;
- komunikowania: nauka o komunikowaniu, teoria poznania, teoria postaw, teoria kształtowania zachowań;
- metodologiczne: metody badań, definiowanie problemów, strategie, planowanie, zasady budowy programów PR;
- medialne: kontakty z mediami oraz społecznościami lokalnymi, z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym;
- formalne ? formy PR w rozmaitych organizacjach: w rządzie, edukacji, służbie zdrowia, organizacjach społecznych, otoczeniu międzynarodowym.

W tym wydaniu poruszone zostały liczne nowe kwestie, m.in.:

- funkcje PR jako komunikatora i koordynatora,
- najnowsze tendencje w tworzeniu wizerunku korporacyjnego,
- warunkowania pełnienia funkcji PR na rzecz zarządów organizacji,
- metody mierzenia efektów PR,
- możliwości wykorzystania Internetu w PR,
- możliwości PR w przełamywaniu oporu wobec społecznie kontrowersyjnych inwestycji,
- stan badań nad teorią PR, miejsce wśród dyscyplin naukowych.