

Spis treści

Wykaz skrótów	7
Wstęp	9
Rozdział 1. Public relations jako sfera działań zarządczych organizacji	21
1.1. Public relations jako funkcja zarządzania	22
1.2. Wizerunek i reputacja	27
1.3. <i>Problemy zarządzania kryzysowego</i>	49
Rozdział 2. Specyfika sytuacji kryzysowych	56
2.1. Opinia publiczna i otoczenie organizacji	56
2.2. Cechy sytuacji kryzysowych	68
2.3. Typy sytuacji kryzysowych	73
2.4. Fazy sytuacji kryzysowych	88
Rozdział 3. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi organizacji	99
3.1. Planowanie działań zarządczych w sytuacjach kryzysowych	99
3.2. Sztab kryzysowy	141
3.3. Strategie zarządzania sytuacjami kryzysowymi	154
3.4. Działania „po sytuacji kryzysowej”	156
Rozdział 4. Komunikowanie się organizacji z otoczeniem podczas sytuacji kryzysowych	159
4.1. Zasady informowania w sytuacjach kryzysowych	159
4.2. Media relations	163
4.3. Formy i zasady współpracy organizacji z dziennikarzami	207

Rozdział 5. Rola badań w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi	219
5.1. Typologia badań na potrzeby zarządzania sytuacjami kryzysowymi organizacji	221
5.2. Metody badawcze przydatne w ZSK	224
5.3. Monitoring mediów	228
 Zakończenie	 241
 Bibliografia	 245
 Spis przypadków sytuacji kryzysowych	 261
 Spis rysunków	 262
 Spis fotografii	 263
 Spis tabel	 265
 Indeks osób	 266