

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
1. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA W NOWOCZESNEJ FIRMIE	9
1.1. Istota komunikacji wewnętrznej	9
1.2. Proces komunikacji	11
1.3. Cele komunikacji wewnętrznej	13
1.4. Rodzaje komunikacji wewnętrznej.....	14
1.5. Bariery komunikacji.....	18
1.6. Narzędzia i techniki komunikacji.....	20
1.7. Efektywność komunikacji.....	24
1.8. Strategie komunikowania zmian w organizacji.....	31
1.9. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych.....	33
2. WSPÓŁCZESNE DZIAŁANIA WIZERUNKOWE W ZAKRESIE KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ	35
2.1. Employer branding.....	35
2.2. Personal branding	43
2.3. Technologia w komunikacji wewnętrznej.....	50
2.4. Media społecznościowe a PR wewnętrzne	67
2.5. CSR a komunikacja wewnętrzna	70
2.6. Monitoring działań w zakresie PR wewnętrznego	78
3. IDENTYFIKACJA SYTUACJI KRYZYSOWYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE.....	84
3.1. Definicja zjawiska kryzysu w aspekcie marketingowym i jego charakterystyka	84
3.2. Uczestnicy sytuacji kryzysowej.....	85
3.3. Przyczyny powstawania sytuacji kryzysowych	87
3.4. Kategorie sytuacji kryzysowych.....	89
3.5. Kryzys – składowa poszczególnych etapów wzrostu organizacji	91

3.6. Scenariusze postępowania firm w sytuacjach kryzysowych	94
3.7. Plan komunikacji w sytuacji kryzysowej.....	95
3.8. Strategie komunikacji w sytuacji kryzysowej	97
3.9. Konsekwencje braku skutecznych działań komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych	99
4. ANALIZA I OCENA ROLI DZIAŁAŃ PUBLIC RELATIONS WEWNĘTRZNEGO W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH.....	100
4.1. Wpływ działań PR wewnętrznego na kryzysy branży telemarketingowej.....	100
4.2. Zastosowane metody badawcze oraz opis próby badawczej	100
4.3. Wnioski wynikające z przeprowadzonych wywiadów ustrukturalizowanych	103
4.4. Prezentacja wyników otrzymanych za pomocą kwestionariuszy ankietowych	119
4.5. Omówienie i interpretacja otrzymanych wyników	132
4.6. Trendy w komunikacji wewnętrznej – wywiady eksperckie	135
4.7. Ocena roli komunikacji wewnętrznej w kontekście sytuacji kryzysowych w mediach społecznościowych	140
4.8. Prewencja antykryzysowa na podstawie działań w zakresie PR wewnętrznego w firmie Mars Polska.....	151
ZAKOŃCZENIE	160
Bibliografia	162
Spis rysunków	168
Spis tabel	173