

Spis treści

O Autorze	VII
Podziękowania	IX
Wprowadzenie	XIII
Mit 1. PR to tylko spin, zasłony dymne i kłamstwa	1
Mit 2. PR-owych rezultatów nie da się zmierzyć	13
Mit 3. Nieważne, jak mówią, ważne, żeby mówili	35
Mit 4. Komunikaty prasowe wyszły z mody	55
Mit 5. Media ignorują dobre wiadomości	73
Mit 6. Korzyści z mediów społecznościowych nie przychodzą za darmo	87
Mit 7. PR to blichtr, przyjęcia i błysk fleszy	119
Mit 8. Ani się ważcie dzwonić do dziennikarzy	133
Mit 9. W sieci można rozprzestrzenić wszystko	153
Mit 10. PR to branża dla ekstrawertyków	165
Mit 11. PR to lek na całe zło	175
Mit 12. Dobre produkty i odpowiedni ludzie sami się wypromują	187
Mit 13. Im wyższa cena, tym lepsza jakość usług	201
Mit 14. Rezultaty PR-owych działań pojawiają się od razu	221

Mit 15. Konsumenci poszukują dialogu z markami	235
Mit 16. Praca w strukturach wewnętrznych jest łatwiejsza	249
Mit 17. Nie ma nic ważniejszego niż relacje z mediami	267
Mit 18. Wysokość różnicy w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn	287
Zakończenie	311