

studia niestacjonarne 20-21.03.2020 / zdalne1

Podstawy public relations

1. Wizerunek.
 - a. Zależne wizerunku (K. Wojcik): stan organizacji, intensywność i jakość komunikowania się, odbiór, rezonans społeczny.
 - b. Zjawisko kontrastowania wizerunku (promieniowanie, irradycja).
 - c. Zjawisko stabilizacji wizerunku (pozytywne i negatywne).
 - d. Zjawisko aureoli, transfer image.
 - e. Zjawisko odwróconego efektu aureoli, efekt diabelski.
2. Standardy identyfikacji wizualnej.
 - a. Zakres standaryzacji.
 - b. Analiza marek.
3. Komunikat.
 - a. Cechy skutecznego komunikatu.
 - b. Formy pisemne.
 - c. Formy ustne.
 - d. Zasady konstruowania.
4. Kontakty bezpośrednie z mediami:
 - i. Konferencje prasowe: konferencja reporterska, briefing, przyjęcia prasowe, media tours,
 - ii. Podstawowe decyzje dotyczące konferencji prasowych,
 - iii. Powody/cele konferencji prasowych,
 - iv. Budżet konferencji prasowej.

Komunikacja w nowych mediach

1. Autoprezentacja w mediach społecznościowych – zarządzanie wizerunkiem pracownika i pracodawcy: szanse i zagrożenia.
2. Regulaminy aktywności online / Socialmedia Policy – rekomendacje (komponenty wewnętrzne i zewnętrzne) oraz praktyka działań (przykład TVN).
3. Specyfika kryzysu w mediach społecznościowych:
 - a. Cechy środowiska nowych mediów (m.in. Martin Lister, Jan van Dijk, Kenneth Joinson, Dahah Boyd).
 - b. Otoczenie organizacji w kryzysach SM (Monika Kaczmarek-Śliwińska).
 - c. Typologia sytuacji kryzysowych w kontekście SM (W. T. Coombs).
 - d. Relacje medialne w social media – perspektywa kryzysu.

Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi w perspektywie PR

1. Konstruowanie strategii zarządzania sytuacją kryzysową (przypomnienie): typy, etapy, systemy, udziałowcy.
2. Utrudnienia w zarządzaniu sytuacją kryzysową:
 - a. Cechy organizacji,
 - b. Cechy środowiska,
 - c. Cechy sytuacji kryzysowych,
 - d. Cechy wcześniejszych systemów ZSK.
3. Typy sytuacji kryzysowych wg typologii I.I. Mitroffa.
4. Zespoły sytuacji kryzysowych /typologia wg I.I. Mitroffa.
5. Zespoły sytuacji zapobiegawczych/typologia wg I.I. Mitroffa

6. Typy sytuacji kryzysowych wg typologii S. Blacka.
 7. Typy sytuacji kryzysowych wg typologii T. Smektały (kontynuacja podczas kolejnych zajęć).
 8. Analiza kejsów: kryzys Coca-Cola /1996, kryzys Coca-Cola/1999
- Materiał uzupełniający zostanie zamieszczony do 30.03.2020.