

Budowa pozytywnego wizerunku w sytuacji kryzysowej przedsiębiorstwa

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

INSTYTUT STOSOWANYCH NAUK SPOŁECZNYCH UNIWERSYTET WARSZAWSKI
Praca Dyplomowa Podyplomowego Studium Public Relations

WSTĘP.1

Rozdział I. OGÓLNE CHARAKTERYSTYKA ZAGADNIENÍ PUBLIC RELATIONS.4

- 1.1 Pojęcie i istota public relations4
- 1.2 Wizerunek a tożsamość – różnice.6
- 1.3 Reputacja przedsiębiorstwa.9
- 1.4 Przedsiębiorstwo a identyfikacja z otoczeniem11
- 1.5 Etyka w public relations13

Rozdział II. REAKCJA NA KRYTYKĘ ORAZ KONFLIKTY ELEMENTEM BUDOWANIA WIZERUNKU FIRMY.15

- 2.1 Reakcja na krytykę.15
 - 2.1.1 Rodzaje i Źródła krytyki.17
 - 2.1.2 Formy i metody kwalifikacji krytyki.20
- 2.2 Pojęcie konfliktu20
 - 2.2.1 Rodzaje i typologia konfliktów.22
 - 2.2.2 Pozytywna i negatywna rola konfliktu.26
 - 2.2.3 Przyczyny konfliktów27
 - 2.2.4 Sposoby rozwiązywania konfliktów30
- 2.3 Skuteczne rozwiązywanie problemów.32

Rozdział III. ZARZĄDZANIE SYTUACJĄ KRYZYSOWĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE35

3.1 Istota i Źródła kryzysu35

3.2 Public relations w sytuacji kryzysowej.37

3.3 Wybrane przykłady sytuacji kryzysowych przedsiębiorstw.40

3.4 Plan sytuacji kryzysowej.45

ZAKOŃCZENIE48

BIBLIOGRAFIA.50

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis