

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



Public Relations Firmy

Po co i jak kreować wizerunek firmy?

Dr Maciej Ulita

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

24 marca 2014 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

Public Relations

- S. Black: *Public relations to sztuka i nauka osiągnięcia harmonii z otoczeniem poprzez wzajemne porozumienie oparte na prawdziwej i pełnej informacji.*
- K. Wojcik: *PR jest świadomym, celowym, planowym, systematycznym i długoplanowym oddziaływaniem organizacji, władz, zrzeszeń na publiczność, zwaną otoczeniem, skierowanym na ukształtowanie z nią specyficznej jakości stosunków i układów przy użyciu komunikowania i pielęgnowania kontaktów jako jedynej, klasycznej metody, i podporządkowanie tych wpływów rygorom etycznym.*

Źródła:

Black, S. (1998), Public relations, Dom Wyd. ABC, Warszawa.

Wojcik, T.(1995), Encyklopedia biznesu, t. 2, Warszawa.

PR ???

- PR odnosi się do relacji pomiędzy firmą a jej interesariuszami jak np. pracownicy firmy, inwestorzy, społeczność lokalna, rządy i samorządy czy media.



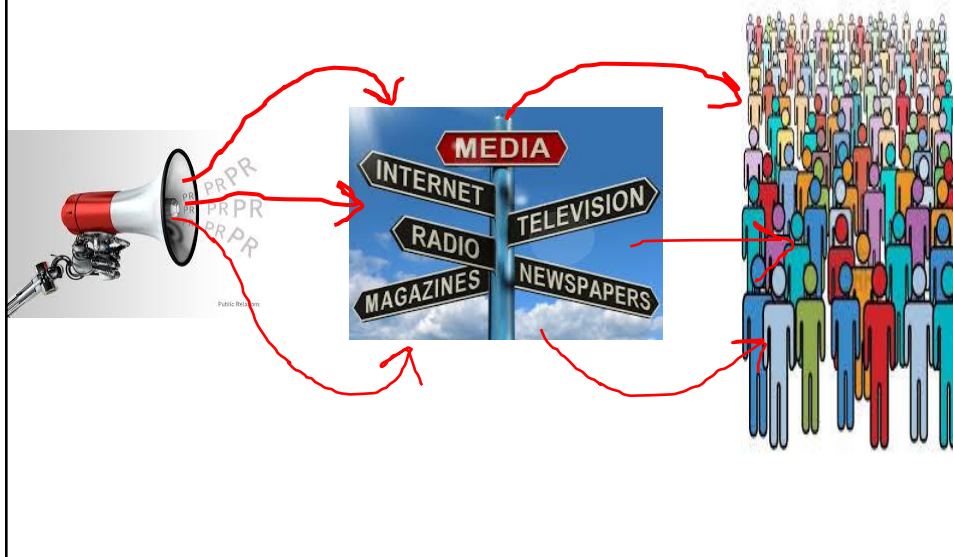
W skrócie ☺

Public Relations to inni o nas



Narzędzia PR

Media relations, czyli współpracę z mediami



Pozostałe narzędzia PR

- **Corporate identity (CI), czyli tworzenie tożsamości organizacji**
- **Sponsoring**
- **Lobbing**
- **Zarządzanie sytuacją kryzysową**
- **Wydawnictwa własne**

ZADANIE

- Sklepik szkolny – zaprojektuj działania PR tak, aby odnieść sukces.

