

Cuprins

1

FUNDAMENTE TEORETICE ALE COMUNICĂRII

1.1	Introducere.....	11
1.2	Informație și comunicare	12
1.3	Elemente ale universului noțional	15
1.4	Cerințele generale ale comunicării	20
1.5	Tipuri de comunicare.....	23
1.6	Interferențe cu mediul intern și extern al unei organizații.....	26

2

FUNDAMENTELE COMUNICĂRII ECONOMICE

2.1	Comunicarea – necesitate sau obligație?	31
2.2	Comunicarea este o alegere sau o obligație?	33
2.3	Implicarea vectorului de comunicare	34
2.4	Zgomotul comunicațional.....	35
2.5	Primul rol al comunicării: INFORMAREA	36
2.6	Comunicarea generează simpatie	37
2.7	Calea de rezolvare a problemelor	38
2.8	Gestionarea provocărilor prin comunicare	38
2.9	Comunicare și imagine	39
2.10	Strategii de comunicare pentru a se apăra	41
2.11	Orientarea opiniei publicului în sensul obiectivelor organizației ...	41
2.12	Pentru a răspunde jurnaliștilor.....	42

3**PLANIFICAREA COMUNICĂRII. REGULI DE COMUNICARE**

3.1 Necesitatea planificării	45
3.2 Planul: concept, tipologie	50
3.3 Politica de comunicare.....	52
3.4 Gestiunea planurilor de comunicare	53
3.5 Etapele de parcurs.....	54

4**STABILIREA OBIECTIVELOR ÎN STRATEGIILE
DE COMUNICARE**

4.1 Noțiunea de strategie.....	57
4.2 Triada: problemă-scop-obiectiv	60
4.3 Parametri asociați.....	64
4.4 Sarcinile comunicării	67
4.5 Proporția de reușită (p).....	71
4.6 De la obiective la rezultate.....	73
4.7 Concluzii	74

5**CARTEA DE IDENTITATE**

5.1 Precizări terminologice.....	77
5.2 Ideea centrală.....	81
5.3 Simbolul organizației.....	83
5.4 Orientarea programelor.....	83

6**PUBLICURILE ORGANIZAȚIEI**

6.1 Identificarea.....	87
6.2 Tipologie.....	88
6.3 Cunoaștere.....	91
6.4 Alegerea.....	92

7**ELABORAREA STRATEGIILOR COMUNICAȚIONALE**

7.1 Precizări conceptuale.....	95
7.2 Atenționarea publicului.....	96
7.3 Tehnici de stimulare atitudinală.....	97
7.4 Schimbarea de comportament.....	99
7.5 Comunicarea internă.....	100

8**IMAGINEA PUBLICĂ A ORGANIZAȚIEI**

8.1 În căutarea unei definiții.....	103
8.2 Caracterul multidimensional.....	108
8.3 Procesul de formare.....	110
8.4 Construirea strategiilor.....	112
8.5 Tehnici de creare a imaginii.....	118
8.6 Încercări de evaluare.....	123

9**TEHNICILE DE COMUNICARE CU MASS-MEDIA**

9.1 Diversitatea tehnicilor	128
9.2 Mass-media.....	131
9.3 Suporturile	132
9.4 Mijloacele	133

10**CRIZA DE COMUNICARE**

10.1 Prin universul crizelor	137
10.2 Când cei mari ajung „victime”	151

11**SEDUCȚIA MESAJELOR ÎN COMUNICARE**

11.1 Triada: cunoaștere – atitudine – comportament.....	174
11.2 Câteva principii pentru orientarea redactării	182
11.3 Construirea unei tipologii.....	185
11.4 Arta conceperii mesajelor.....	191
11.5 Realizarea suportului tehnic	199

12**RELAȚII PUBLICE ÎN ADMINISTRAȚIA PUBLICĂ**

12.1 Etapele procesului de relații publice.....	211
12.2 Stabilirea obiectivelor.....	212
12.3 Cercetarea în teren	213

12.4 Elaborarea strategiei	214
12.5 Implementarea	215
12.6 Evaluarea programului	216
BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ	217
Abstract	219
Contents.....	221