

Opis

Dziennikarstwo gospodarcze uznawano jeszcze całkiem niedawno za dziedzinę marginalną bądź mało interesującą dla ogółu odbiorców. Obecnie zdarza się, że wiadomość ze świata biznesu jest newsem dnia. Przede wszystkim jednak odbiorcy informacji chcą wiedzieć, jak na co dzień funkcjonują przedsiębiorstwa i co jest przyczyną ich sukcesów bądź porażek.

Niniejszy przewodnik zawiera praktyczne wskazówki dla każdego, kto chciałby się dowiedzieć, jak współpracować i skutecznie komunikować się z mediami - zarówno podczas kryzysu, jak i w czasie prosperity. Czytelnik dowie się, w jaki sposób funkcjonują media, a więc między innymi:

co stanowi motywację dla prasy,

dlaczego dziennikarze zajmują się określonymi rodzajami wydarzeń,

w jakim celu dziennikarze zadają poszczególne pytania,

w jaki sposób media decydują o wyborze materiału.

Umiejętność kontrolowania relacji z mediami i skutecznego przekazywania im wiadomości może zadecydować o istotnej przewadze konkurencyjnej firmy. Korzystając z rad zawartych w tym przewodniku, przedstawiciele kadry zarządzającej, właściciele firm, pracownicy działów marketingu i wszyscy zainteresowani funkcjonowaniem mediów przekonają się, że umiejętności tej można się nauczyć.

Spis treści

Wprowadzenie

str. 7

ROZDZIAŁ I

Wytyczanie kursu: przygotowanie strategii medialnej

str. 13

1. Zrozumienie ogólnych zasad funkcjonowania mediów

str. 15

2. Analiza kanałów dostępu do mediów

str. 23

ROZDZIAŁ II

Zarzucanie haczyka: rozwijanie aktywnych relacji z mediami

str. 40

1. Opracowywanie informacji interesujących dla mediów

str. 41

2. Poznawanie wpływowych dziennikarzy

str. 44

3. Efektywne wykorzystanie środków przekazu

str. 58

4. Angażowanie profesjonalistów z branży medialnej

str. 71

ROZDZIAŁ III

Półów: gdy media wzywają

str. 76

1. Przygotowania do wywiadów w mediach

str. 77

2. Przeprowadzenie wywiadu

str. 86

ROZDZIAŁ IV

Liczenie zdobyczy: relacje z mediami finansowymi

str. 93

1. Bieżące informacje finansowe

str. 95

2. Wydarzenie transformacyjne

str. 106

ROZDZIAŁ V

Uszczelnianie statku: relacje z mediami w czasie kryzysu

str. 113

1. Zrozumienie mediów w sytuacjach kryzysowych

str. 114

2. Wybór strategii reagowania

str. 121

3. Opracowanie taktyki w relacjach z mediami

str. 133

Bibliografia

str. 143

Indeks

str. 145