

# Spis treści

- 1            Jak zabiegać o wizerunek?**
  - 1/1           Umiejętności i okoliczności sprzyjające kreowaniu wizerunku
  - 1/2           Etykieta biznesmena
  - 1/3           Obdarowywać z klasą, czyli wręczanie upominków
    - 1/3.1        Od szefa
    - 1/3.2        Na dużym forum
    - 1/3.3        Od partnera
    - 1/3.4        Od zainteresowanego współpracą
    - 1/3.5        We własnym interesie
    - 1/3.6        Przyjmowanie to też sztuka
  - 1/4           Zasady organizacji imprezy
  
- 2            Kontakty z mediami**
  - 2/1           Organizacja konferencji prasowej
    - 2/1.1        Przygotowanie konferencji
    - 2/1.2        Harmonogram konferencji prasowej
    - 2/1.3        Uwagi pomocnicze, porady „techniczne”
    - 2/1.4        Najczęściej popełniane błędy
  - 2/2           Mikrofon i kamera (współpraca z radiem i telewizją)
    - 2/2.1        Szanse i zagrożenia
    - 2/2.2        Poradnik medialny
  - 2/3           Budowa komunikatu prasowego
    - 2/3.1        Zasada „piramidy”
    - 2/3.2        Pisanie lidu
    - 2/3.3        Zasady podstawowe
    - 2/3.4        Reguły cytowania
    - 2/3.5        Porady stylistyczne
    - 2/3.6        Informacja ekspercka
    - 2/3.7        Streszczenie
    - 2/3.8        „Film” i „chronologia”
  - 2/4           Wywiad – przygotowanie, taktyka, organizacja
    - 2/4.1        Układanie pytań – budowanie szkieletu rozmowy
    - 2/4.2        Rozmowa-portret i zasady jej prowadzenia

- 2/4.3 Wywiad ekspercki – współpraca fachowca i „piarowca”
- 2/4.4 Spisywanie rozmowy – wersja robocza
- 2/4.5 Autoryzacja – taktyk i procedura
- 2/4.6 Mediacja zamiast prostowania
- 2/4.7 Sprostowanie, odpowiedź, polemika – prawny punkt widzenia
- 2/4.8 Metody polemik prasowych
- 2/5 Firma w kontakcie z mediami

### **3 Komunikacja w sytuacjach kryzysowych**

- 3/1 Najważniejsze narzędzia działania w sytuacji kryzysowej
- 3/1.1 Wybrane instrumenty działania w fazie kryzysu ostrego
- 3/1.2 Wybrane instrumenty działania w fazie sanacji
- 3/1.3 Zasady współpracy z mediami
- 3/2 Trudne sytuacje wewnątrz firmy
- 3/2.1 Jeśli nie wiadomo, o co chodzi...
- 3/2.2 Bo cię nie lubię
- 3/2.3 Ze źródeł dobrze poinformowanych
- 3/2.4 Lepiej zapobiegać niż gasić
- 3/2.5 Krok po kroku
- 3/2.6 Czego nie mówić
- 3/2.7 Wnioski na przyszłość

### **4 Komunikacja w pracy**

- 4/1 Otoczenie w pracy
- 4/1.1 Przestrzeń biurowa
- 4/1.2 Ergonomia środowiska pracy
- 4/1.3 Ergonomiczny komputer
- 4/1.4 Warunki sprzyjające pracy
- 4/1.5 Aktywne kreowanie otoczenia pracy
- 4/2 Rodzaje komunikacji w biurze
- 4/3 Komunikacja niewerbalna
- 4/3.1 Aby zrozumieć każdy gest
- 4/3.2 Niewerbalne aspekty mowy
- 4/4 Komunikacja werbalna
- 4/4.1 Wrażliwość retoryczna
- 4/4.1.1 Niby wszyscy mówią po polsku, ale nie zawsze łatwo się porozumieć
- 4/4.1.2 Bariery semantyczne czają się na każdym kroku

- 4/4.2 Retoryka menedżerów
- 4/4.3 Jak mówić, aby osiągnąć zamierzony efekt
- 4/4.3.1 Co lepsze – emocjonalność czy racjonalność w słowach
- 4/4.3.2 Jak testujemy słowa
- 4/4.4 Odbiorcy wobec przekazu
- 4/4.5 O stylach sortowania informacji – metaprogramy
- 4/4.6 Czy drugorzędne jest pierwszorzędne a pierwszorzędne drugorzędne – czyli jeszcze o atrybutach nadawcy komunikatów werbalnych
- 4/4.7 Retoryka wypowiedzi dotyczących produktów
- 4/4.8 Komunikacja werbalna w telemarketingu
- 4/5 Umysł jak zapisana kartka– czyli o zapamiętywaniu tekstu przemówień
- 4/6 Impreza integracyjna w firmie

## **5 Cytat, przysłowie, „skrzydlate słowa” na wyposażeniu menedżera**

- 5/1 Założenia wstępne
- 5/2 „Skrzydlate słowa” – zasady cytowania i przykłady
- 5/2.1 Cytat – zasady stosowania i przykłady
- 5/2.2 Cytaty łacińskie. Zastosowania i przykłady
- 5/3 Przysłowia polskie. Wskazówki w zakresie użycia. Przykłady
- 5/3.1 Przysłowia egzotyczne. Komentarz i przykłady
- 5/4 Prawa Murphy’ego. Zastosowanie i przykłady
- 5/5 Tytuły filmowe. Sposób użycia i przykłady
- 5/6 Rozpoczęcie wystąpienia – użyteczne cytaty

## **6 Zasady savoir-vivre`u w biznesie**

- 6/1 Miejsce dla gościa
- 6/2 Napoje podczas spotkań oficjalnych – kilkanaście dobrych porad
- 6/3 Eleganckie nakrycie stołu
- 6/4 Boże Narodzenie w firmie i instytucji publicznej
- 6/4.1 Uwagi wstępne
- 6/4.2 Rodzaje przyjęć
- 6/4.3 Prezenty
- 6/4.4 Życzenia przesyłane pocztą
- 6/4.5 Savoire-vivre – wskazówki ekspertów