

# KOMUNIKACJA W KRYZYSIE Jak zrozumieć i kształtować zachowanie konsumentów



Cena: 59,00 PLN

## Opis słownikowy

Autor	Kate Hartley
ISBN	978-83-01-21261-2
Rok wydania	2020
Wydawca	Wydawnictwo Naukowe PWN
Wysyłamy	Wysyłamy w ciągu 4-5 dni roboczych

## Tabela cech produktu

Wydanie	1
Okładka	miękka
Liczba stron	224
Format	16.5x23.5cm

## Opis produktu

Kate Hartley jest jedną z założycielek Polpeo, czyli agencji przeprowadzającej symulacje kryzysu, która współpracuje z największymi firmami na świecie. Hartley może poszczycić się dwudziestopięcioletnim doświadczeniem w branży korporacyjnego PR-u oraz zarządzania kryzysem i reputacją, a do swoich doświadczeń może zaliczyć również wygłaszanie prezentacji i prowadzenie warsztatów z zakresu wpływu mediów społecznościowych na zarządzanie kryzysem podczas międzynarodowych wydarzeń takich jak SXSW, The Global PR Summit, PR Week's Crisis Comms czy Social Media Today's Social Shake Up. Poza tym Hartley jest członkiem organizacji CIPR i PRCA oraz zasiada w cyfrowym Komitecie Wykonawczym PRCA, który ma na celu kształtować najlepsze standardy pracy w branży PR.

"Z przyjemnością zapoznałam się z książką Kate Hartley na temat komunikowania w kryzysie. Książka łączy w sobie wiedzę i praktykę z obszaru zarządzania i psychologii. Postrzegam ją jako interesującą zarówno dla praktyków odpowiedzialnych za komunikację ogólnie, a komunikację w mediach społecznościowych w szczególności, jak również dla studentów marketingu, zarządzania, komunikacji medialnej na poziomie studiów licencjackich, magisterskich i podyplomowych. Będzie to z pewnością interesującą propozycją literatury uzupełniającej między innymi dla studentów kursów zachowań konsumenckich, komunikacji marketingowej i PR."

dr Jolanta Tkaczyk - Katedra Marketingu, Akademia Leona Koźmińskiego