

# Spis treści

|   |    |
|---|----|
| <b>Wstęp</b> .....  | 7  |
| <b>Rozdział 1. Media społecznościowe – wprowadzenie</b> .....   | 9  |
| Media tradycyjne a media społecznościowe .....  | 12 |
| Geneza mediów społecznościowych .....   | 15 |
| Podziały mediów społecznościowych .....   | 17 |
| Najważniejsze statystyki polskojęzycznej części Internetu .....   | 18 |
| Jak internauci korzystają z mediów społecznościowych .....  | 22 |
| <b>Rozdział 2. Najważniejsze pojęcia związane z kryzysem i zarządzaniem nim</b> .....                       | 29 |
| Pojęcie kryzysu .....   | 29 |
| Cechy charakterystyczne sytuacji kryzysowej .....   | 30 |
| Plan antykryzysowy .....  | 31 |
| Likwidacja skutków kryzysu .....  | 34 |
| <b>Rozdział 3. Kryzys upubliczniony w mediach społecznościowych</b> .....                                   | 35 |
| Definicja kryzysu upowszechnionego w mediach społecznościowych .....  | 36 |
| Przebieg kryzysu upublicznionego w social mediach .....   | 38 |
| Najważniejsze przyczyny powstawania kryzysów .....  | 42 |
| Zagrożenia i szanse związane z kryzysem .....   | 45 |
| <b>Rozdział 4. Studium przypadku zarządzania kryzysem upowszechnionym w mediach społecznościowych</b> ..... | 49 |
| Opis kryzysów .....   | 49 |
| Analiza wybranych przykładów .....  | 78 |
| <b>Rozdział 5. Model zarządzania kryzysem upublicznionym w mediach społecznościowych</b> .....              | 87 |

---

|  |            |
|--|------------|
| Procedura antykryzysowa . . . . .                        | 87         |
| Poznaj swoje słabe strony . . . . .                      | 87         |
| Analiza czynników zewnętrznych . . . . .                 | 88         |
| Monitoring Internetu i profili . . . . .                 | 90         |
| Osoba odpowiedzialna . . . . .                           | 92         |
| Poznaj odbiorców swojego przekazu . . . . .              | 92         |
| Pracownicy i ich kwalifikacje . . . . .                  | 93         |
| Baza kontaktów . . . . .                                 | 94         |
| Uniwersalne wzory komunikatów . . . . .                  | 95         |
| Ważne zmiany w firmie . . . . .                          | 95         |
| Procedura na czas kryzysu . . . . .                      | 96         |
| Czas reakcji a skala problemu . . . . .                  | 96         |
| Komunikowanie się w czasie kryzysu i zasada 5P . . . . . | 98         |
| Nie każdy kryzys jest kryzysem . . . . .                 | 102        |
| <b>Zakończenie . . . . .</b>                             | <b>103</b> |
| <b>Bibliografia . . . . .</b>                            | <b>105</b> |
| <b>Spis rysunków i wykresów . . . . .</b>                | <b>109</b> |