1. **PR :**
   1. **węższe rozumienie: kreowanie wizerunku publicznego**
   2. **szersze : antidotum na konflikty społeczne**
   3. **Świadome zaplanowane, długotrwałe pielęgnowanie stosunków, jakiejkolwiek organizacji (gospodarczej, niegospodarczej, władzy, instytucji, urzędu) z bliższym i dalszym otoczeniem. Ma na celu doprowadzić, do wzbudzenia zainteresowania, pozytywnego nastawienia i zaufania tego otoczenia do organizacji.**
2. **Propaganda – informacja o charakterze politycznym, reklamowym, ma na celu nakłonienie kogoś do czegoś.(nie łączyć z PR).**
3. **Publicity – informacje o charakterze dwuznacznym (nie łączyć z PR)**
4. **Grupy docelowe: potencjalni odbiorcy, użytkownicy, wyborcy itp.**
5. **Motywy działania PR:**
   1. **konkurencja, która zmusza by przedstawić firmę jako instytucje**
6. **Fazy procesu PR:**
   1. **Analiza stanu wejściowego**
   2. **Faza planowania (cel i grupa docelowa)**
   3. **Realizacja planu**
   4. **Analiza wyników**
7. **Jakie są wyjścia PR:**
   1. **prasa**
   2. **radio**
   3. **telewizja**
   4. **Internet**
8. **Formy publikacji:** 
   1. **konferencja prasowa**
   2. **informacja prasowa**
   3. **artykuł**
   4. **konkursy**
   5. **testy**
9. **Techniki argumentacji:**
   1. **dyskusja – w celu rozwiązania jakiegoś problemu**
   2. **debata – prezentacja swojego stanowiska**
   3. **wskazywanie różnic pomiędzy dyskusją a tematem**
   4. **demaskowanie sprzeczności**
   5. **kwestionowanie danych bazowych**
   6. **zagmatwanie**
   7. **odwrócenie**
   8. **riposta**
   9. **dowartościowanie i niedowartościowanie**
   10. **uprzedzenie zarzutów**
   11. **pytania sondujące**
   12. **technika pozornego poparcia**
   13. **wnioskowanie dedukcyjne**
   14. **przykłady i porównania**
   15. **argumenty personalne**
   16. **unik**
   17. **apelowanie do uczuć**
   18. **słowne sugestie(pytania sugerujące, pytania alternatywne)**
10. **Style przywództwa**
    1. **dyrektywny**
    2. **konsultatywny**
    3. **towarzyski**
    4. **niezorganizowany**
    5. **transformacyjny**
11. **Techniki manipulacji (zasady):** 
    1. **kontrastu**
       * **przecena towaru**
       * **audyt wewnętrzny w firmie**
    2. **wzajemności**
       * **zobowiązanie do rewanżu**
       * **zasada ustępstw**
       * **przekupstwo**
    3. **konsekwencji i zaangażowania**
       * **uzasadnienie racjonalności zakupu**
       * **jak A to B**
    4. **społecznego dowodu słuszności (zachowywanie się tak jak inni)**
       * **śmiech w serialach**
       * **konformizm**
    5. **lubienia i sympatii**
    6. **obiadu**
    7. **autorytetu**
12. **Sposoby motywowania:**
    1. **finansowe**
    2. **pozafinansowe**
       * **metoda kija i marchewki**
       * **behawioralne**
       * **uprzedzeń**
       * **kierowanie uwagi pracownika**
       * **finansowe**
13. **4 techniki wprowadzenia:**
    1. **zagajenie(żarty, komplementy)**
    2. **zarzucenie przynęty(np. jakaś anegdota)**
    3. **pobudzenie zainteresowania**
    4. **bezpośrednia**

**Wprowadzenie nie może być długie, unikać rozbudowanych wypowiedzi, patetyczności,  
zwięzły obraz, puenta na końcu**

1. **Powody zewnętrzne i wewnętrzne zwoływania konferencji:**
   1. **Zewnętrzne:**
      * **krytyka dotykająca spółkę/organizacje**
      * **stosunkowanie się do programów rządowych**
      * **szczególne zainteresowanie mediów**
   2. **Wewnętrzne:**
      * **nowe elementy oferty towarowej**
      * **nowinki techniczne i technologiczne**
      * **wprowadzenie na rynek udoskonalonego produktu**
      * **przyjęcie nowego programu działania**
      * **jubileusz**
      * **walne zgromadzenie**
      * **oddanie do użytku nowego zakładu**
      * **otwarcie filii**
2. **Konferencja:**
   1. **nie może pokrywać się z tym co jest napisane(materiały maja być uzupełnieniem)**
   2. **konferencja nie może odbywać się w poniedziałki, piątki, soboty, niedziele,**
   3. **bankiet**
   4. **zaproszenia**
   5. **należy się lekko spóźnić**
   6. **krótkie wprowadzenie**
   7. **mała sala, dobre oświetlenie**
   8. **ściana za plecami**
3. **Konflikty:**
   1. **relacji**
   2. **danych**
   3. **wartości**
   4. **strukturalny**
   5. **interesów**
4. **Działania ludzi wobec sytuacji konfliktowej:**
   1. **unikanie rozwiązania**
   2. **szukanie rozwiązania**
   3. **szukanie wsparcia**
   4. **walka**
   5. **redefinicja**
   6. **odwlekanie**
   7. **rezygnacja**
   8. **odwołanie się do strony trzeciej**
   9. **potraktowanie jako problemu**
5. **Strategie negocjacyjne(rozdział drugi):**
   1. **Pozycyjna**

**Dobro do podziału jest ograniczone. Dla siebie jak najwięcej, brudne chwyty, manipulacje**

* + - **ustalenia formalne**
    - **propozycje otwarcia**
    - **ustępstwa i kolejne propozycje**
    - **przetarg końcowy**
    - **spisanie porozumienia**
    - **technika grupowa(dobry i zły policjant)**
    - **nastawienie**
    - **posiadanie informacji**
    - **mocne zaangażowanie**
    - **dobra mina do złej gry**
    - **granie na zwłokę**
    - **brudne chwyty**
    - **ZALETY: nie wymaga specjalnych umiejętności negocjowania, poczucie wygranej, wyładowanie emocji**
    - **WADY: partner poczuje się oszukany, zła reklama, partner będzie utrudniał, technika dla amatorów**
  1. **Problemowa (merytoryka, negocjacje wokół meritum)**

**Dobro do podziału nieograniczone, pożądany wynik to wygrana wszystkich stron, zaspokojenie potrzeb wszystkich**

* + - **Czy interesy są wspólne?**
    - **Czy interesy są różne ale sprzeczne**
    - **Czy interesy są sprzeczne**
    - **FAZY:**
      1. **Budowanie atmosfery współpracy i zaufania**
      2. **Ustalenia proceduralne**
      3. **Strukturalizacja problemu**
      4. **Zdefiniowanie kwestii sporu**
      5. **Określenie interesów stron**
      6. **Ustalenie sposobu rozwiązania problemu**
    - **TWÓRCZE SPOSOBY ROZWIĄZYWANIA KONFLIKTU**
      1. **Burza mózgów:  
         Generowanie opcji  
         Ustalenia kryteriów  
         Nadajemy regulację liczbową(wygrywa opcja z najwyższą ilością pkt**
      2. **Hipotetyczne rozwiązania**
      3. **Jeden tekst  
         Zastosowanie procedury i ocena wyników  
         Wybór optymalnego rozwiązania  
         Dopracowanie  
         Spisanie porozumienia**
    - **WADY: wymaga zaufania, wydłuża czas, wymaga większych umiejętności,  
      brak poczucia wygranej**
    - **ZALETY: można dojść do porozumienia przez mechanizmy kompromisu,  
      pozytywne relacje, zwiększenie zaufania**
  1. **Precedensu:**

**Dobro do podziału ograniczone, działania dążą do uczciwego podziału dobra. Stosowana, gdy strony nie mają do siebie zaufania, gdy druga strona stosuje strategię pozycyjną. Porozumienie oparte o:**

* + - **Kryteria obiektywne:**
      1. **przepisy prawa**
      2. **zwyczaje lokalne**
      3. **wartość rynkowa towaru**
      4. **koszty przechowania**
      5. **standardy uczciwości**
      6. **precedensowe decyzje**
      7. **decyzja arbitra**
      8. **Szacunki ekspertów**
      9. **Tradycje**
    - **FAZY:**
      1. **Budowanie atmosfery**
      2. **Ustalenia proceduralne**
      3. **Zdefiniowanie kwestii spornej**
      4. **Propozycje wstępne i argumenty**
      5. **Poszukiwanie obiektywnych kryteriów**
      6. **Ustalenia szczegółowe**
      7. **Podpisanie porozumienia**
    - **WADY: kompromis(ktoś straci), czasochłonność, nie pełna satysfakcja**
    - **ZALETY: porozumienie lepsze niż wygrany/przegrany, oboje mogą być zadowoleni, poczucie komfortu, budowanie pozytywnych relacji, precedensy dla późniejszych spraw, trwałość**

1. **Cechy skutecznego negocjatora:**
   1. **Percepcja: spojrzeć z drugiej strony**
   2. **Nie traktować partnera jak wroga**
   3. **Nie wykonywać niespodziewanych działań**
   4. **Nie decydować za kogoś**
   5. **Najpierw myśleć, potem mówić**
   6. **Aktywne słuchanie**
   7. **Ograniczyć liczbę osób przy stole**
   8. **Mówić przez „ja”, nie przez „ty”**
   9. **Budować pozytywne relacje**
   10. **Podstawowe potrzeby stron: bezpieczeństwa, materialna, przynależności, szacunku, kontroli na własną sytuacją**
2. **Dyskusja -> cel -> poznanie prawdy, dowiedzenie się czegoś  
   Debata -> forsowanie własnego stanowiska, przedstawianie go**
3. **Style negocjacji:  
   Twardy – walka, (moja wygrana, twoja przegrana), gdy się ma przewagę  
   Rzeczowy – meritum, twardość wobec problemu, miękkość wobec osób, partnerstwo, nie zależnie czy partner twardy czy miękki  
   Miękki – unikanie eskalacji konfl., konieczność porozumienia, uległość, gdy drugi też miękki**