



Spis treści

Koncepcja i organizacja	13
<p>Koncepcja to ustalenie: celów, adresata, budżetu, zespołu redakcyjnego, a następnie kreacja w postaci projektu merytorycznego i graficznego oraz stałych rubryk. Organizacja to cały proces tworzenia gazety od pomysłu na zawartość numeru do momentu, w którym czytelnik bierze do ręki gazetę. Biuletyn bez koncepcji i ustalonej organizacji jest jak ciasto, które piekliśmy bez przepisu. Zazwyczaj się nie udaje...</p>	
Tekst	49
<p>Słowo jest potężną bronią, a tekst to już cały arsenał do naszej dyspozycji. Warto wiedzieć, jak się nią posługiwać, by nie tylko nie paść ofiarą własnego oręża, ale umieć je wykorzystywać, realizując cele, które sobie stawiamy w komunikacji za pośrednictwem biuletynu.</p>	
Grafika	97
<p>Ludzie najpierw patrzą na biuletyn firmowy, a dopiero potem go czytają. Gdy nie będą mieli co oglądać lub podczas oglądania nic nie przykuje ich uwagi, o czytaniu szybko zapomną.</p>	
Naświetlanie, druk i dystrybucja	121
<p>Zapach świeżo wydrukowanej gazety dla niektórych czytelników oznacza przyjemny zawrót głowy. Po wydrukowaniu biuletynu, efekt ten mamy zagwarantowany. Zawrót głowy trwa jednak chwilę, a zapach farby szybko się ulatnia. W kontakcie czytelnika z papierowym biuletynem warto też zadbać o mniej ulotne doznania.</p>	
Literatura	138
Przydatne linki	140
Indeks haseł angielskich	144
Informacja o wydawcy	148
Indeks rzeczowy	149