

Содержание

1. Введение	5
Что будет завтра, или для кого и зачем написана эта книга?.....	6
«Пока гром не грянет, мужик не перекрестится»	7
«Я вам плачу — вы меня отмываете от того, чем меня облили...».....	8
2. Кризис: каков он и как с ним справиться?.....	11
Причины, симптомы, стадии	12
Диагностика кризиса.....	17
Кто и как способен справиться с кризисом?.....	20
Что считать неизлечимым?	23
3. Повседневный PR как антикризисное средство.....	25
Поддержание и коррекция имиджа.....	26
Оперативное реагирование на события.....	29
Защита имиджа от внешних воздействий.....	31
Контроль коммуникативных каналов	32
Антикризисный мониторинг.....	35
4. Особенности антикризисного PR в бизнесе	37
Идентификация фирмы	38
Корпоративная идеология.....	57
Авторитет и имидж руководства.....	76
Комплексная реклама	90
Работа со СМИ	100
Корпоративные издания	113
Наружная реклама.....	117
Рекламные и маркетинговые акции	120
Спонсорство.....	127
Лоббирование	136
Конкурентная борьба и самозащита.....	152
Судебные иски как средство PR.....	163
Защита информации	167
Управление слухами и другие манипуляции	174
Обратная связь с потребителем.....	180
Разумное самоограничение, или чего не стоит делать ни при каких условиях.....	186
5. Особенности антикризисного PR в политике и общественном секторе.....	187
Проблемы и кризисы общественного сектора.....	188
Репутация общественного объединения и управление ею	198
Персонификация.....	207
Идеология	218
Политические акции	232
Общественные мероприятия	237
Взаимоотношения	241

Политический капитал и политическое банкротство	245
Раскол рядов	255
Азартная игра «выборы»	259
Реанимация «политических трупов»	267
Политическая и социальная реклама	277
Целевые программы и проекты	281
Финансовая политика.....	284
Партийные издания	293
«Грязные технологии» как средства нападения или защиты.....	297
Кадровая основа работы	315
6. Адаптационный PR	321
Почему вы должны адаптироваться?	322
К чему вы должны адаптироваться?	326
Что делать?!	330
7. Организационные схемы и структуры.....	335
8. Служба по связям с общественностью.....	355
Функции	356
Структура и особенности.....	360
Подбор кадров.....	368
Место PR-департамента в организации.....	377
Экономическая сторона вопроса.....	381
Контроль эффективности	384
Создание службы PR «с нуля»	386
9. Персональный антикризисный консалтинг	390
PR-менеджеры или PR-консультанты?.....	391
Консультант — кто он, зачем и почему?	393
Оценка компетентности	396
Организация работы консультантов	398
Где взять консультанта?	400
Что даст вам система персонального антикризисного консалтинга?	405
10. Заключение. Как не обмануть самого себя?	407
Предметный указатель.....	416