

# СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	5
Глава 1	
ПРЕСС-СЛУЖБЫ В СТРУКТУРЕ PUBLIC RELATIONS .....	7
1.1. Public relations: дефиниции и функции .....	7
1.2. PR: исследования и планирование .....	21
1.3. Назначение пресс-службы .....	26
1.3.1. <i>Пресс-секретарь</i> .....	31
1.4. Право и этика в работе пресс-службы .....	35
Глава 2	
КОММУНИКАЦИЯ И СРЕДСТВА МАССОВОЙ	
ИНФОРМАЦИИ .....	41
2.1. Теории массовой коммуникации .....	42
2.2. Типология СМИ .....	55
2.2.1. <i>Газеты на любой вкус</i> .....	61
2.2.2. <i>Плюрализм радиоволн</i> .....	65
2.2.3. <i>Эффект телевидения</i> .....	72
2.2.4. <i>Интернет</i> .....	79
2.3. На пути к информационному обществу .....	89
Глава 3	
ПРИЕМЫ СВЯЗИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ	
СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ .....	100
3.1. Устные контакты .....	100
3.2. Информационный пакет .....	102
3.3. Пресс-конференция .....	117
Глава 4	
ПРЕСС-СЛУЖБЫ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ	
И ОБЩЕСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ .....	127
4.1. Public Affairs .....	127
4.1.1. <i>Пресс-службы федеральных органов власти</i> .....	131
4.1.2. <i>Пресс-службы региональных и местных</i>	
<i>органов власти</i> .....	136
4.2. Пресс-служба политической партии и выборы .....	153
Глава 5	
ПРЕСС-СЛУЖБЫ В КОММЕРЧЕСКИХ СТРУКТУРАХ .....	161
5.1. Пресс-служба в корпорации .....	166
5.2. Пресс-служба в коммерческом банке .....	173
5.2.1. <i>Функции коммерческого банка</i> .....	176
5.2.2. <i>Пресс-служба как инструмент внешних</i>	
<i>и внутренних банковских коммуникаций</i> .....	180
Глава 6	
ПРЕСС-СЛУЖБЫ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ .....	201
6.1. Фандрайзинг .....	202
6.2. PR-кампания музея А. В. Суворова .....	213
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	232
ЛИТЕРАТУРА .....	234
Приложение 1	
Перечень специализаций по специальности 350400 —	
связи с общественностью .....	242

Приложение 2	
Требования к уровню подготовки выпускника	
по специальности 350400 — связи с общественностью .....	244
Приложение 3	
Российский кодекс профессиональных и этических принципов	
в области связей с общественностью .....	248

*В книге рассказывается о роли, структуре и методах работы пресс-служб, раскрываются особенности их функционирования в государственных и общественных структурах, корпорациях и банках, показываются приемы связи их со средствами массовой информации.*

*Книга предназначена для работников пресс-служб и пресс-центров, специалистов по связям с общественностью, студентов кафедр «связи с общественностью» вузов и всех, кто интересуется этой темой.*