

История публичных отношений: нравы, бизнес, наука. — М.: «РИП-холдинг», 2007. — 184 с. — серия «Академия рекламы».

Раскрыты основные подходы, проблемы и технологии публичных отношений в ходе истории развития человечества с древнейших времен до наших дней на основе анализа зарубежных и отечественных исторических источников. На большом фактическом материале автор делает попытку системно рассмотреть PR как один из видов профессиональной деятельности человека. Настоящий авторский труд профессора, доктора социологических наук, социального технолога-практика является продолжением его публикаций в области концептуальной социологии. В 2001 году за первое издание автор удостоен диплома национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник». Рекомендуется профессионалам и студентам, специалистам в области маркетинга, рекламы, СМИ, менеджмента.

Оглавление

Предисловие

Глава I

ПротоPR древних времен

Глава II

Как учиться PR по Книге Книг

Глава III

PR Нового Завета

Глава IV

Жизнь Мухаммеда и PR

Глава V

PR в Средние века

Глава VI

Технология связей с общественностью и эпоха Возрождения

Глава VII

От эпохи Ренессанса к Галантному веку

Глава VIII

PR свободного индустриального общества

Глава IX

Паблик рилейшнз и Россия: история и современность

Заключение

Приложение. Русские в Венеции

Литература