

# Содержание

## Введение

### Глава 1. Связи с общественностью как отрасль знания

- 1.1. Связи с общественностью и их место в современном мире
- 1.2. История возникновения и развития связей с общественностью
- 1.3. Принципы и функции связей с общественностью
- 1.4. Целевые аудитории в связях с общественностью

Резюме

Вопросы

Литература

### Глава 2. Подготовка программ в связях с общественностью

- 2.1. Планирование программ в связях с общественностью  
Определение проблемы
- 2.2. Типология программ в связях с общественностью  
Разработка стратегии и тактики
- 2.3. Реализация программ в связях с общественностью

Резюме

Вопросы

Литература

### Глава 3. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со средствами массовой информации

- 3.1. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации в практике связей с общественностью
- 3.2. Организационные формы отношений государственных, общественных и бизнес-структур с прессой  
Состав пресс-службы
- 3.3. Типология мероприятий, направленных на установление отношений со СМИ

Основные правила подготовки и проведения  
пресс-конференций

3.4. Другие формы подачи информационно-новостных  
материалов

Брифинг для прессы

Презентация

Пресс-тур

Резюме

Вопросы

Литература

Глава 4. Практические аспекты планирования и проведения  
пресс-конференций

4.1. Специфика организации пресс-конференции

4.2. Технологии создания информационного повода

4.3. Медиа-брендинг

Порядком подзабытое старое

Cool и Oops! (непереводимая игра слов)

Мы наш, мы новый бренд построим

Резюме

Вопросы

Литература

Глава 5. Виды мероприятий по связям с общественностью в коммерческом  
секторе

5.1. Специальные мероприятия в связях с общественностью

5.2. Корпоративные мероприятия в связях с общественностью

Промо-акции

Резюме

Вопросы

Литература

## Глава 6. Классификация документов в связях с общественностью

### 6.1. Информационные документы в связях с общественностью

### 6.2. Оперативные документы в связях с общественностью

### 6.3. Спонсорские пакеты

Резюме

Вопросы

Литература

## Глава 7. Исследования в связях с общественностью

### 7.1. Социологические исследования в СО

### 7.2. Маркетинговые исследования в СО

Выявление проблемы и определение целей исследования

Установление объектов исследования

Разработка концепции исследования

Сбор информации

Анализ полученных данных

Оценка результатов

### 7.3. Проблема построения выборки в связях с общественностью

Роль двумерного и многомерного анализа в связях с общественностью

Структура аудитории журналов

Резюме

Вопросы

Литература

## Глава 8. Экономика связей с общественностью

### 8.1. Факторы трудоемкости и капиталоемкости в связях с общественностью

### 8.2. Методы бюджетирования

Источники финансирования в связях с общественностью

Смета доходов и расходов

Смета затрат времени, пространства, материалов и продукции

Смета капитальных расходов

Кассовый бюджет

Балансовая смета

Бриф в связях с общественностью

### 8.3. Оценка эффективности в связях с общественностью

Резюме

Вопросы

Литература

## Глава 9. Организация работы департаментов и агентств по связям с общественностью

### 9.1. Виды агентств по связям с общественностью

### 9.2. Структура корпоративного департамента

по связям с общественностью

Резюме

Вопросы

Литература

## Приложение. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью

Связи с общественностью и этика

Этические кодексы в связях с общественностью

Римская хартия

Хельсинкская хартия

Афинский кодекс

Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью

Лиссабонский кодекс (Европейский кодекс профессионального поведения в области PR — кодекс CERP)

Кодекс профессионального поведения IPRA

Кодекс профессионального поведения Британского института PR (IPR)

Международный кодекс рекламной деятельности (Кодекс МТП)

Декларация профессиональных и этических принципов в области связей

с общественностью

Кодекс профессиональных стандартов Американского общества по связям с общественностью (PRSA)

Декларация принципов профессиональной деятельности американского общества по связям с общественностью

Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью

Резюме

Вопросы

Литература