

## Содержание

Предисловие В. Мединского

Предисловие от издательства

Благодарности партнерам

ВВЕДЕНИЕ. PR как сфера жизнедеятельности

8.1. PR: определение и место в целостной системе знаний и практических действий

8.2. PR — научная, учебная дисциплина и признанная государством профессия

8.3. PR — область маркетинговых коммуникаций

8.4. PR и новые коммуникативные реалии XXI века

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

РАЗДЕЛ I. ГЕНЕЗИС PR

ГЛАВА 1. PR в мире: от начала XX века до наших дней

1.1. Исторические модели PR

1.2. PR нового времени. Американская школа PR

1.3. Европейские школы PR

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

ГЛАВА 2. PR В России

Возникновение первых PR-агентств и РАСО

Другие профессиональные объединения по связям с общественностью, корпоративные субъекты PR-рынка, PR-подразделения в государственных организациях PR в регионах

Образование в области PR

Главные отраслевые мероприятия

Издания по PR .

Профессиональные конкурсы

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## РАЗДЕЛ II. ТЕХНОЛОГИИ PR: ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОИЗВОДСТВО ПОСЛАНИЙ И РАБОТА С КОММУНИКАЦИОННЫМИ КАНАЛАМИ

### ГЛАВА 3. Исследования в PR

#### 3.1. Социологический анализ

#### 3.2. Выборка

Программные требования (81). Типы и виды выборок

#### 3.3. Методы сбора информации

Социологическое наблюдение

Анализ информационного массива. Контент-анализ.

Информационный и коммуникативный аудит

Опросы

Медиаметрия

Социально-психологический анализ

#### 3.4. Повторный (мониторинговый, сравнительный) анализ

#### 3.5. Исследование эффективности PR-деятельности

Принципы, цели и этапы измерения эффективности PR-деятельности

Измерение стратегического продукта PR-деятельности — качества взаимоотношений

Модели исследований PR-эффективности

Оценка эффективности PR-измерения, связанная с

производством и использованием информационных продуктов

### 3.6. Обработка и проверка данных исследования

Количественно-качественный анализ и его процедуры

Социальный эксперимент как форма проверки и обработки данных

Стадии анализа и отчет

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## ГЛАВА 4. Разработка информационно-коммуникативной стратегии

### 4.1. Общие принципы составления стратегического плана.

Стратегическое планирование: непрерывный процесс движения к качественным переменам

Оценка текущего состояния

Миссия и видение

Преодоление разрыва: цели и задачи

### 4.2. От информационного и коммуникативного аудита —

к информационно-коммуникативной стратегии

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## ГЛАВА 5. PR и средства массовой информации (медиа рилейшнз)

### 5.1. Общие принципы построения медиа рилейшнз

### 5.2. Дифференциация СМИ, возможности и перспективы

работы с ними в современный период

Телевидение

Радио

Печатная пресса

- 5.3. Производство и смысловое позиционирование новостей для средств массовой информации
  - Управление средствами массовой информации
  - Новостное производство
  - Управление информационным потоком
  - Приемы создания и усиления новостей
  - Основной и дополнительный «вес» новости
  - Взаимодействие PR-специалиста и СМИ в процессе новостного производства
- 5.4. Особенности PR-текстов и общие требования к их подготовке
  - PR-тексты и журналистские материалы
  - PR-тексты и реклама
  - Некоторые правила подготовки PR-текстов
- 5.5. Материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий и публикации в СМИ
  - Тексты для распространения в СМИ
  - Медиатексты — материалы для непосредственной публикации в СМИ
- 5.6. Мероприятия для прессы
  - Пресс-конференция
  - Брифинг
  - Пресс-тур
  - Конференция
  - «Круглый стол»
  - Презентация
  - Клубный вечер

## *Контрольные вопросы и задания*

### *Литература*

#### ГЛАВА 6. Интернет как особая сфера коммуникации и новая информационная реальность

- 6.1. Типы коммуникации в Интернете и их конвергенция с традиционными коммуникационными принципами и возможностями
- 6.2. Модели интернет-присутствия
- 6.3. Особенности и форматы работы с целевыми аудиториями в сети
- 6.4. Блоги и блогосфера как новое поле для PR-технологий..

#### Определения и понятия

Влиятельность блогосферы

Блоги — новая категория для исследований

Корпоративные блоги

- 6.5. Интернет и традиционные СМИ
- 6.6. Интернет, аудио и видео. Подкастинг и подкасты
- 6.7. Интернет и мобильная телефония
- 6.8. Развитие интернет-пространства как мотивация для внедрения PR-методов в деятельность государственных и общественных организаций

## *Контрольные вопросы и задания*

### *Литература*

#### ГЛАВА 7. PR в системе массовых коммуникаций: кинематограф, книги, аудиопродукция

- 7.1. PR в кинематографе  
Фильмы о PR-профессии

Технологии продакт плейсмент и лайф плейсмент в кинофильмах  
Фильмы — PR-проекты

PR-технологии в неигровом кинематографе

## 7.2. PR в массовой литературе

Книги о PR-профессии

Книги — PR-проекты

Технологии продакт плейсмент и лайф плейсмент в книгах для массовой аудитории

## 7.3. PR в аудиопродукции

Персональный аудио-PR

Ситуативная песня

Аудио-PR в политтехнологиях

Корпоративная песня

Аудиосопровождение брендов

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## РАЗДЕЛ III. PR КАК ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: ПЛАНИРОВАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ PR-КАМПАНИЙ

### ГЛАВА 8. PR как деятельность по организации проектного цикла

8.1. RACE — глобальный подход к PR

8.2. PR в универсальной коммуникационной системе

8.3. Прикладной подход к организации проектной деятельности

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

### ГЛАВА 9. Проектирование корпоративного имиджа

- 9.1. Корпоративный мир-дом и его «подземный фундамент»:  
миссия, видение, корпоративная философия
- 9.2. «Надземный фундамент»: история-легенда
- 9.3. Внешний облик: узнавание, надежность, стабильность.
- 9.4. Кто и как живет в доме: корпоративные кодексы
- 9.5. Вымышленные персонажи корпоративного дома
- 9.6. Расширить масштабы корпоративного дома: флора и фауна, друзья и оппоненты

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## ГЛАВА 10. Контекстное позиционирование имиджа

### 10.1. Позиционирование имиджа в контексте уровней сознания.

Контекст ценностных ориентации

Контекст потребностей и интересов

Контекст мнений и отношений

Контекст рациональных действий

### 10.2. Позиционирование имиджа в природном контексте

Вымышленный природный контекст

Реальный экологический контекст

### 10.3. Позиционирование имиджа в контексте человека и его действий

Контекст общественного статуса

Контекст комплексного статуса региона и его программ

*Контрольные вопросы и задания*

## ГЛАВА 11. Антикризисные PR-кампании

### 11.1. Информационно-коммуникативное обеспечение чрезвычайных ситуаций

Подготовка к чрезвычайной ситуации

Работа с целевыми аудиториями в условиях чрезвычайной ситуации

Правила поведения в кризисной ситуации

Интерпретация ЧС и создание оптимальной версии

Некоторые особенности психологического восприятия информации в кризисных условиях

#### 11.2. PR-действия в целях управления конфликтами

Универсальный цикл действий в конфликтной ситуации

Специальный цикл действий в конфликтной ситуации

Локальные приемы и механизмы управления конфликтами

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

### ГЛАВА 12. Процедурные решения в PR-практике

#### 12.1. Переговорный процесс

Понятие переговоров

Ресурсы и притязания на переговорах

Переговорная команда

План-регламент переговоров

Коммуникативные стратегии, функции и тактики в переговорной ситуации

Позиции — интересы — альтернативы — критерии

Техники активного слушания и невербальная коммуникация на переговорах

#### 12.2. Групповая фасилитация

Понятие фасилитации

Групповой фасилитатор и его функции



Модель групповой эффективности

Этапы фасилитации и мозговая атака

Диагноз группового поведения

Рекомендации фасилитатору

### 12.3. Медиация

Понятие медиации

Стадии медиаторского процесса

Медиа-торские сессии

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## РАЗДЕЛ IV. ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ И СПЕЦИАЛИЗАЦИИ PR

### ГЛАВА 13. PR в инвестиционной сфере

13.1. Раскрытие информации о компании

13.2. Этапы динамической коммуникации инвестора  
и эмитента и сопутствующие им материалы

13.3. Годовой отчет

13.4. Рейтинги инвестиционной привлекательности 588

13.5. Проведение специальных мероприятий, рассчитанных на  
формирование инвестиционной привлекательности

13.6. Роль PR в процессе проведения IPO

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

### ГЛАВА 14. Отраслевой PR

14.1. GR: связи с общественностью для крупного бизнеса

14.2. Виртуальный имидж: PR в строительном комплексе

14.3. Эффективная коммуникация с пациентами: связи с общественностью

в сфере здравоохранения

14.4. Зрелищность в представлении продукта: туристический PR

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## ГЛАВА 15. Политический PR

15.1. PR-обеспечение политических институтов

в текущий период их деятельности

Коммуникативный подход к власти — основа ее легитимности

Виды легитимности и нормы политической коммуникации как глобальные ориентиры для формирования PR-сообщений

PR-методы повышения уровня легитимности

15.2. PR-деятельность в избирательной кампании

Исследовательский этап избирательной кампании

Планирование кампании: концепция, рабочий план, последовательность этапов

Реализация коммуникационной программы

Подведение итогов кампании

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

## ГЛАВА 16. Организация PR-структуры

16.1. PR-подразделения в органах власти и других государственных организациях

Пресс-служба Президента РФ

Подразделения по связям с общественностью в Администрации Президента РФ

Пресс-служба Государственной Думы ФС РФ

PR-структура в аппарате Общественной палаты РФ

PR-структуры в субъектах РФ

PR-обеспечение деятельности Тюменской областной думы

16.2. PR-подразделения в коммерческом секторе

PR-служба в ОАО «Российские железные дороги»

PR-структура на ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат»

16.3. Специализированная PR-фирма

16.4. Собственная служба по связям с общественностью

и привлеченное PR-агентство — баланс функций

*Контрольные вопросы и задания*

*Литература*

Заключение

Глоссарий

Агентство «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг»: персоны и проекты

Чумиков Александр Николаевич

Бочаров Михаил Петрович