

Содержание

Введение

Глава 1. Природа и состав социальной сферы

Глава 2. Связи с общественностью в социальной сфере (социальный PR)

Глава 3. Некоммерческие организации и социальная сфера

Глава 4. Технологии PR в социальной сфере

§ 1. Отношения со СМИ

§ 2. Социальные проекты и отчеты

§ 3. Социальная реклама

Глава 5. Социальный фандрайзинг

§ 1. Понятие и социальное значение фандрайзинга

§ 2. Спонсорство

§ 3. Благотворительность

Глава 6. Добровольцы — основной ресурс некоммерческих организаций

Глава 7. Связи с общественностью в учреждениях образования

Глава 8. Связи с общественностью в системе здравоохранения

Заключение

Список использованной литературы