

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

ГЛАВА 1. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ)

НАУКА О ГАРМОНИИ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

- 1.1. Паблик рилейшнз: понятие, история, направления
- 1.2. Концепция PR в сфере бизнеса: принципы, цели, задачи, функции
- 1.3. PR в маркетинге
- 1.4. PR и формирование общественного мнения
- 1.5. Искусство делового общения

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 2. ПРАВОВЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ PR

- 2.1. Правовые основы PR-деятельности
- 2.2. Стандарты PR-качества и PR-сертификация
- 2.3. Кодексы профессионального поведения и этики PR-специалистов

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 3. ЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С

ОБЩЕСТВОМ И ВЛАСТНЫМИ СТРУКТУРАМИ

- 3.1. СМИ как основа информационного пространства общества
- 3.2. Лоббирование
- 3.3. Фандрайзинг

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 4. РЫНОК PR-УСЛУГ

- 4.1. Развитие рынка услуг

4.2. Потребительская ценность PR-услуги

4.3. Позиционирование PR-услуги

Контрольные вопросы

Тесты

РАЗДЕЛ II. ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ PR

ГЛАВА 5. СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО PR В СЛУЖБЕ МАРКЕТИНГА

5.1. Корпоративный PR: этапы создания и инструменты

5.2. Профессиональные требования к PR-специалисту и его функции

5.3. Информационное обеспечение корпоративного PR

5.4. Корпоративная культура

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 6. ИНСТРУМЕНТЫ КОРПОРАТИВНОГО PR

6.1. Корпоративные средства PR

6.2. Специальные PR-мероприятия

6.3. Оценка PR-деятельности

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 7. ИНСТРУМЕНТЫ PR В АНТИКРИЗИСНОМ УПРАВЛЕНИИ

7.1. Кризисная ситуация и ее факторы

7.2. Конфликтная ситуация и ее факторы

7.3. Менеджмент новостей

7.4. Стратегии и модель антикризисного управления

Контрольные вопросы

Тесты

РАЗДЕЛ III. PR В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ГЛАВА 8. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ PR В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

8.1. Содержание маркетинговых исследований: организационный

механизм

8.2. Формы и методы PR-исследования в маркетинге

8.3. Эффективность PR-проектов

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 9. PR-ПЛАНИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

9.1. Технология PR-планирования

9.2. Организация PR-кампании

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 10. СФЕРА INVESTOR RELATIONS (IR) -СВЯЗИ С

ИНВЕСТОРАМИ

10.1. Основные принципы IR

10.2. Программа отношений с инвесторами

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 11. PR В ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

11.1. Коммуникационная модель маркетинговых коммуникаций

11.2. Интегрированный подход к управлению маркетинговыми коммуникациями

11.3. Реклама как активный инструмент маркетинговых коммуникаций

11.4. Планирование рекламной кампании в сети Интернет

11.5. PR и выставочная деятельность

Контрольные вопросы

Тесты

ГЛАВА 12. PR И АУТСОРСИНГ

12.1. Концепция аутсорсинга

12.2. Организационный механизм аутсорсинга

12.3. Экономическая целесообразность аутсорсинга

Контрольные вопросы

Тесты

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК КРАТКИЙ

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ