

## СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ТЕМА1. PR КАК СФЕРА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕМА 2. PR В МИРЕ И В РОССИИ

ТЕМА3. ИССЛЕДОВАНИЯ В PR

3.1. Информационный аудит

3.2. Коммуникационный аудит

3.3. Фокус-группа

ТЕМА 4. ПЛАНИРОВАНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Глобальный подход к планированию

4.2. Прикладной подход к планированию

ТЕМА 5. ИМИДЖ: КОНСТРУИРОВАНИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

5.1. Миссия — корпоративная философия — видение

5.2. История-легенда

5.3. Корпоративный кодекс

5.4. Фирменный стиль

ТЕМА 6. МЕДИАРИЛЕЙШНЗ - ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

6.1. Общие принципы построения медиарилейшнз

6.2. Производство и смысловое позиционирование новостей для СМИ

6.3. Приемы усиления информационного повода

ТЕМА 7. МЕДИАТЕКСТЫ

7.1. Тексты для распространения в СМИ

7.2. Тексты для непосредственной публикации в СМИ

ТЕМА8. МЕДИАМЕРОПРИЯТИЯ

8.1 Пресс-конференция

8.2. Брифинг

- 8.3. Пресс-тур
- 8.4. «Круглый стол»
- 8.5. Презентация
- 8.6. Клубный вечер

## ТЕМА 9. PR В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

- 9.1. Традиционные сайты
- 9.2. Блогосфера, социальные сети
- 9.3. Рекомендательные сервисы

## ТЕМА 10. PR В СИСТЕМЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

- 10.1. Продакт-плейсмент
- 10.2. Лайф-плейсмент
- 10.3. PR-проект

## ТЕМА 11. КРИЗИСНЫЕ СИТУАЦИИ

- 11.1. PR в чрезвычайных ситуациях
- 11.2. PR в конфликтах

## ТЕМА 12. ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR

- 12.1. PR политических институтов в текущий период их деятельности
- 12.2. PR в избирательной кампании

## ТЕМА 13. ОРГАНИЗАЦИЯ PR-СТРУКТУРЫ

- 13.1. PR-подразделения в государственных организациях
- 13.2. PR-подразделения в коммерческом секторе
- 13.3. Специализированная PR-фирма

## ТЕМА 14. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 14.1. Макро- и микроизмерения PR-эффективности
- 14.2. Измерения эффективности PR, связанные с производством и использованием информационных продуктов

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ