

Чумиков А. Н.

Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов/А. Н. Чумиков. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — (Серия «Учебник нового поколения»).

Оглавление

о книге

От автора

Глава 1. От имиджа к бренду: прогрессивная логика построения
понятийного аппарата

Глава 2. Исследования имиджа и репутации

Виды исследований

Репрезентативное социологическое исследование

Экспертные опросы

Фокус-группы, глубинные интервью

Информационный аудит

Глава 3. Конструирование имиджа

Формирование миссии, видения, корпоративной философии

Создание истории и легенды, сторителлинг

Построение корпоративной культуры, кодексы поведения

Глава 4. Визуализация имиджа. Фирменный стиль

Производство визуальных компонентов

Создание слоганов

Составление креативного брифа

Бренд-бук

Глава 5. Брендинг и бренд-менеджмент: методы продвижения имиджа

Базовые особенности современного брендинга

Идентификационный брендинг

Ко-брендинг

Ребрендинг

Аудиальный и сенсорный брендинг

Антибрендинг — демассификация бренда

Брендинг социально ответственного поведения

Глава 6. Информационно-коммуникационное сопровождение имиджевых программ

Информационная стратегия сопровождения имиджевых программ

Бренд-атлас

Коммуникационное обеспечение имиджевых программ

Оценка эффективности имиджевых программ

Глава 7. Имиджевые кампании

Кампания — завершающий этап в логической цепочке продвижения имиджа

Кампании по продвижению территорий

Кампании по продвижению организаций

Кампании по персональному PR

Установочные кампании

Глава 8. Реализация имиджевых конструкций в традиционных медиа и пространстве интернет-коммуникаций

Новостное производство и смысловое позиционирование

Информационный эталон

Форматы подготовки новостных материалов

Организация мероприятий для прессы

Репутационный менеджмент в Интернете: «простой» сайт — интерактивный ресурс — рекомендательный сервис

Использованная литература