

Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов/Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 198 с.

От редакторов	5
---------------------	---

Часть I

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Глава 1. Функции связей с общественностью и современная структура институтов PR	8
1.1. Сущность, функции и принципы связей с общественностью	8
1.2. Связи с общественностью и формирование корпоративного информационного поля	15
1.3. Структура институтов связей с общественностью	22
Глава 2. Коммуникационный менеджмент	28
2.1. Функции средств коммуникации в достижении маркетинговых целей	29
2.2. PR и общественное мнение	33
2.3. Методы PR	37
Глава 3. Новостной менеджмент	43

Часть II

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Глава 1. Индивидуальный и корпоративный имидж: стратегии управления	50
1.1. Индивидуальный имидж	52
1.2. Имидж организации	60
Глава 2. Корпоративные отношения как инструмент связей с общественностью	70
Глава 3. Медиарелейшнз	81
Глава 4. Пресс-релиз как тип текста	96
4.1. Структура пресс-релиза	98
4.2. Рассылка пресс-релиза	104
Глава 5. Связи с общественностью в переговорных процессах	107
5.1. Подготовка к переговорам	110
5.2. Ведение переговоров	114
5.3. Тактические приемы ведения переговоров	120

Глава 6. Связи с общественностью в экономике	124
6.1. Кризисные ситуации	126
6.2. Сферы экономики, в которых реализуются PR-стратегии	128
Глава 7. Связи с общественностью в политике	138
7.1. Целевые аудитории PR в сфере политики	140
7.2. Планирование политических кампаний	142
7.3. Стратегии восстановления имиджа	148
7.4. Медиастратегии в политической кампании	150
7.5. Технологии групповой и межличностной коммуникации в политических кампаниях	153

Часть III

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕСТВЕННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИИ

Глава 1. Связи с общественностью и гражданское общество: перспективы взаимодействия	160
Глава 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	172
2.1. Принцип интеграции маркетинговых коммуникаций	173
2.2. Интернет-коммуникации	185
Литература	197