

Чумиков А. Н.

Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. — 159 с. — (Серия «Учебник нового поколения»).

Оглавление

От автора.....	4
Глава 1. От имиджа к бренду: прогрессивная логика построения понятийного аппарата.....	6
Глава 2. Исследования имиджа и репутации.....	14
Виды исследований.....	14
Репрезентативное социологическое исследование.....	15
Экспертные опросы.....	21
Фокус-группы, глубинные интервью.....	22
Информационный аудит.....	27
Глава 3. Конструирование имиджа.....	32
Формирование миссии, видения, корпоративной философии.....	32
Создание истории и легенды, сторителлинг.....	36
Построение корпоративной культуры, кодексы поведения.....	41
Глава 4. Визуализация имиджа. Фирменный стиль.....	45
Производство визуальных компонентов.....	45
Создание слоганов.....	48
Составление креативного брифа.....	51
Бренд-бук.....	55
Глава 5. Брендинг и бренд-менеджмент: методы продвижения имиджа.....	57
Базовые особенности современного брендинга.....	57
Идентификационный брендинг.....	58
Ко-брендинг.....	62
Ребрендинг.....	64
Аудиальный и сенсорный брендинг.....	66
Антибрендинг — демассификация бренда.....	68
Брендинг социально ответственного поведения.....	75
Брендинг актуальных проектов.....	80
Глава 6. Информационно-коммуникационное сопровождение имиджевых программ.....	84
Информационная стратегия сопровождения имиджевых программ.....	84
Бренд-атлас.....	88
Коммуникационное обеспечение имиджевых программ.....	89
Оценка эффективности имиджевых программ.....	97
Глава 7. Имиджевые кампании.....	101
Кампания — завершающий этап в логической цепочке продвижения имиджа.....	101
Кампании по продвижению территорий.....	102
Кампании по продвижению организаций.....	109
Кампании по персональному PR.....	112
Установочные кампании.....	119
Глава 8. Реализация имиджевых конструкций в традиционных медиа и пространстве интернет-коммуникаций.....	122
Новостное производство и смысловое позиционирование.....	122
Информационный эталон.....	125
Форматы подготовки новостных материалов.....	131
Организация мероприятий для прессы.....	138
Репутационный менеджмент в Интернете: «простой» сайт — интерактивный ресурс — рекомендательный сервис.....	142
Использованная литература.....	159