

Кузнецов П. А.

Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 296 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	5
Глава 1. СИСТЕМА БИЗНЕС-ОРИЕНТИРОВАННОГО РК:	
ПРИНЦИПЫ, МОДЕЛИ, ИССЛЕДОВАНИЯ	7
1.1. Понятие и исторические этапы развития РК	7
1.2. Соотношение РК с различными моделями информационной активности	12
1.3. РК и смежные с ним направления информационной работы	18
1.4. Исследования в РК	39
Глава 2. СОЦИАЛЬНЫЕ РВ-КОММУНИКАЦИИ	
КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА	44
2.1. Место социального РК в бизнесе	44
2.2. Спонсорство и благотворительность в системе социального РК	47
2.3. Иные формы социальной РК-активности	56
2.4. Фандрайзинговые процедуры, связанные со спонсорством	61
Глава 3. ООУЕВЫМЕЫТ КЕЪАТКЖ8, РЧВЫС АГГА1К8	
И ЛОББИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ БИЗНЕС-ИНТЕРЕСОВ....	69
3.1. ОК и лоббирование во взаимосвязи с РК	69
3.2. Форматы работы бизнеса с органами власти	74
3.3. Проблема выхода из тени ОК и лоббизма	78
Глава 4. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ И КОММУНИКАЦИОННОЕ	
ОБЕСПЕЧЕНИЕ РК-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	84
4.1. Варианты организации РК-структур	84
4.2. Кадровое обеспечение РК-деятельности	95
4.3. Необходимые элементы внутрикорпоративных отношений и связей с внешней средой	109
4.3.1. Фирменный стиль и средства индивидуализации—	109
4.3.2. Корпоративная философия	123
4.4. Вопросы выбора РК-агентства в качестве подрядчика . . .	133

Глава 5. ТРАДИЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ	
РК-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	141
5.1. Информационный повод как основа РК	141
5.2. Характеристика процедур, связанных с проведением РК-мероприятий	149
5.2.1. Событийный маркетинг (зрeсlаl eуeМз) и паблисити	149
5.2.2. Спичрайтинг и копирайтинг	155
5.2.3. Пресс-мероприятия в системе РК	171
5.3. Выстраивание отношений с инвесторами (туез!;ог геlа!юп8)	178
5.4. Кризисные РН-коммуникации	189
Глава 6. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА	
В РК-ПРАКТИКЕ	198
6.1. Развитие возможностей Интернета	198
6.2. Отличия сетевой РК-деятельности от рекламной	209
6.3. Форматы сетевой РК-деятельности	211
6.4. Сетевой копирайтинг и 8ЕО-копирайтинг	233
Глава 7. ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ	
РК-КАМПАНИИ	242
7.1. Работа, предшествующая проведению РК-кампании	242
7.2. Медиапланирование в системе РК	253
7.3. Проведение РК-кампании и анализ ее результатов	260
Глава 8. РВ-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КРИТЕРИИ	
ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ	265
8.1. Проблемные подходы, связанные с оценкой эффективности РК	265
8.2. Оценка эффективности любой РК-активности	269
8.3. Оценка эффективности РК-кампании	279
8.4. Оценка эффективности сетевой РК-деятельности	283
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	287
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	288