

Сальникова Л. С.

Современные коммуникационные технологии в бизнесе: Учебник для студентов вузов / Л. С. Сальникова. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2015.- 296 с.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
Глава 1 МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ	6
1. Основные черты информационного общества.....	6
2. Риски информационного общества.....	14
3. Новые медиа. Web 2.0.....	25
4. Традиционные СМИ сегодня.....	32
5. Формирование информационного пространства.....	40
Глава 2 ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КАНАЛ ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИИ	53
1. Роль деловой репутации в современном бизнесе.....	53
2. Управление деловой репутацией и репутационный менеджмент.....	62
3. Репутация как корпоративный бренд.....	71
4. Взаимосвязь имиджа и репутации.....	77
5. Конвертация деловой репутации в прибыль компании.....	85
Глава 3 ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ	96
1. Целевые аудитории и их ожидания.....	96
2. Устранение коммуникационных разрывов.....	108
3. Репутационный аудит.....	127
4. Разработка информационной политики.....	137
5. Создание системы внутрикорпоративных коммуникаций.....	148

Глава 4. ПРОДВИЖЕНИЕ КОМПАНИИ В ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЯХ	169
1. Создание легенды.....	169
2. Участие в социальных проектах.....	178
3. Повышение инвестиционной привлекательности	195
4. Руководитель как лицо компании.....	206
5. Взаимодействие с госструктурами и лоббизм.	231
Глава 5. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ	240
1. Роль и место коммуникаций в антикризисной стратегии.....	240
2. Виды и источники кризисов.....	251
3. Основные принципы антикризисных коммуникаций.....	262
4. Работа со СМИ.....	270
5. Кризис как новые возможности.....	287
Литература	295
Об авторе.....	296