

Малькевич, А. А.

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России).

Оглавление

Предисловие	5
1. Введение	8
1.1. Кампания по связям с общественностью: определение понятия	8
1.2. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ	11
1.3. Социальные технологии в PR-кампании	14
1.4. Классификация PR-кампаний	18
2. Особенности PR-кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений	23
2.1. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	23
2.2. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни	26
2.3. Заявка клиента на PR-услуги (PR-brief)	29
3. Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний	34
3.1. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью	34
3.2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования	41
3.3. Проблема составления бюджета PR-кампании	48
3.4. Медиапланирование	53
4. Практическая реализация PR-кампании	55
4.1. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема организации специальных событий	55
4.2. Создание информационных поводов	57
4.3. Технология создания PR-событий	60
4.4. PR-обращения	64

4.5. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации.....	67
4.6. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.....	69
4.7. Реализация PR-кампании: учет и контроль.....	72
5. Оценка эффективности PR-кампаний.....	75
5.1. Заключительный этап кампании по связям с общественностью.....	75
5.2. Проблема оценки эффективности PR-кампаний и PR-акций. . .	78
5.3. Отчетность в PR-кампании.....	80
Заключение.....	82
Словарь терминов.....	83
Библиографический список.....	104