

Грачев А. С.

PR-служба компании: Практическое пособие /
А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 2-е изд. —
М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,
2018, — 160 с.

Содержание

Введение.....	5
Глава 1. PR-служба компании — структурная единица.....	9
1.1. Создание PR-службы с нуля.....	9
1.2. Инсорсинг и аутсорсинг. PR-агентство — выход из положения?.....	11
1.3. Цели и задачи PR-службы.....	12
1.4. Функции PR-службы. Чем должен и чем не должен заниматься PR-специалист?.....	16
1.5. Основные этапы PR-деятельности.....	21
1.6. Структура и особенности службы. PR-кадры.....	23
1.7. Взаимодействие PR-службы с руководством и различными подразделениями компании.....	36
Глава 2. PR-служба — основа безупречного имиджа.....	39
2.1. Изучение и анализ внешнего окружения компании.....	39
2.2. Компания и коммуникация: изучить и приобщить.....	48
2.3. Имидж компании.....	54
2.4. Имидж руководителя.....	67
2.5. Спецмероприятия — важнейший метод PR.....	76
2.6. Брендинг.....	79
Глава 3. PR и СМИ — вместе по жизни.....	82
3.1. Технология формирования пула журналистов.....	82
3.2. Создаем базу данных СМИ.....	84
3.3. Пресс-конференция: от плана до его реализации.....	87
Глава 4. PR-разработки: лучшие решения — лучший результат.....	102
4.1. PR-технологии.....	102
4.2. Планирование деятельности службы. PR-концепция — основа основ.....	104
4.3. PR-план — как его готовить и с чем его едят.....	111

Глава 5. PR-служба: финансирование, отчетность и оценка работы.....	120
5.1. Особенности финансирования PR-службы и ее бюджет.....	120
5.2. Отчеты, формы, схемы — без этого никуда.....	130
5.3. Критерии оценки эффективности PR-департамента.....	137
Приложения	151
Литература.....	159