

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
Глава 1. РЫНОК — СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА КОММЕРЧЕСКИХ PR	7
1.1. Специфика рынка России	7
1.2. Развитие маркетинга и PR в системе коммерции	17
1.3. Рынок услуг коммерческих PR	27
Выводы	36
Контрольные вопросы, задания, тесты	38
Глава 2. ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ — НАУКА О ВЗАИМОПОНИМАНИИ	40
2.1. Наука PR и ее эволюционное развитие в коммерции	40
2.2. Концепция коммерческих PR: принципы, цели, задачи, функции	48
2.3. Исследования PR в коммерции.	64
Выводы	78
Контрольные вопросы, задания, тесты	79
Глава 3. ИНСТРУМЕНТЫ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СФЕРЕ БИЗНЕСА	81
3.1. Характеристика массмедиа	81
3.2. PR и формы деловых коммуникаций	95
3.3. Бренд-коммуникации — эффективная форма массовых коммуникаций	113
Выводы	126
Контрольные вопросы, задания, тесты	127
Глава 4. ГОСУДАРСТВО, ОБЩЕСТВЕННОСТЬ И PR	131
4.1. Органы государственной власти и общественное мнение	131
4.2. Лоббирование бизнес-проектов	146
4.3. Связи с общественностью в финансовой сфере и фандрайзинг	157
Выводы	173
Контрольные вопросы, задания, тесты	174
Глава 5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ УПРАВЛЕНИЯ PR. ОРГАНИЗАЦИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	177
5.1. Рынок PR-услуг: ведущие общественные институты, ассоциации, общества, агентства по связям с общественностью	177

5.2.	Агентства публичных отношений: структура, задачи, функции	186
5.3.	Структура корпоративной службы <i>PR</i>	203
	Выводы	217
	Контрольные вопросы, тесты, задания	218
Глава 6.	ПЛАНИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	221
6.1.	Технология планирования <i>PR</i>	221
6.2.	Медиааудит и аналитика в сфере <i>PR</i>	244
6.3.	Рейтинги и аналитические отчеты	253
	Выводы	262
	Контрольные вопросы, тесты, задания	263
Глава 7.	АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ	266
7.1.	<i>PR</i> в управлении кризис-конфликтом	266
7.2.	Спиндоктор — врач черных <i>PR</i>	276
7.3.	Модель антикризисного управления	282
	Выводы	290
	Контрольные вопросы, задания, тесты	291
Список литературы		293
	Интернет-источники	294
	СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ	295