

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	9
CAPITOLUL I.....	11
O ABORDARE CONCEPTUALĂ A RELAȚIILOR PUBLICE	11
1.1. Dificultatea definirii relațiilor publice	12
1.2. Definiții date relațiilor publice	15
1.3. Tendințe, transformări și perspective ale relațiilor publice	20
Teme de discuție.....	24
CAPITOLUL II	
COMUNICAREA DE MARKETING, PUBLICITATEA ȘI RELAȚIILE PUBLICE.....	25
2.1. Interdependența dintre marketing și relații publice	26
2.2. Mixul de comunicare, comunicarea de marketing și comunicarea integrată de marketing.....	34
Teme de discuție.....	40
CAPITOLUL III	
BRAND, IMAGINE, REPUTAȚIE.....	41
3.1. Brand – creare, consolidare, avantaje.....	42
3.2. Imaginea și reputația organizației. Repere ale managementului reputației	44
3.3. Evoluții privind managementul conținutului de brand.....	49
Teme de discuție.....	53

CAPITOLUL IV

EVOLUȚIA RELAȚIILOR PUBLICE	55
4.1. O scurtă istorie a relațiilor publice.....	56
4.2. Comunicarea – element central în relații publice.....	60
4.3. Modele de comunicare în relațiile publice.....	63
4.3.1. Modelul agentului de presă / al publicității (Press agency / publicity model)	64
4.3.2. Modelul informării publice (Public information model)	66
4.3.3. Modelul comunicării bidirecționale asimetrice (Two-way asymmetric model)	68
4.3.4. Modelul comunicării bidirecționale simetrice (Two-way symmetric model).....	69
Teme de discuție.....	73

CAPITOLUL V

RELAȚIILE PUBLICE ȘI CONDUCEREA ORGANIZAȚIILOR.	75
5.1. Repere în definirea organizațiilor	76
5.2. Categorii de public. Comportamentul comunicațional al publicurilor	78
5.3. Relațiile publice ca funcție a managementului organizației.	81
5.4. Interesul public și dimensiunea etică a relațiilor publice	83
5.5. Activitățile cuprinse în sfera relațiilor publice	87
Teme de discuție.	94

CAPITOLUL VI

RELAȚIA CU MEDIA.	95
6.1. Relațiile publice și media – prezentare generală, principii și obiective strategice.	96
6.2. Principalele coordonate ale activității media desfășurate de specialiștii de relații publice.	99
6.2.1. Comunicatul de presă	100
6.2.2. Conferința și dosarul de presă.	102
6.2.3. Purtătorul de cuvânt al organizației.....	106
6.3. Provocări în relația cu media în contextul actual... ..	107
Teme de discuție.	110

CAPITOLUL VII

CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE.	111
7.1. Definirea campaniei de relații publice. Planificarea activității de relații publice	112
7.2. Analiza mediului.....	114
7.3. Stabilirea obiectivelor campaniei	117
7.4. Identificarea și selectarea publicurilor țintă vizate de campanie.....	118
7.5. Selectarea strategiei de comunicare	120
7.6. Tehnicile și mediile de comunicare	121
7.7. Stabilirea bugetului și a calendarului campaniei ..	124
7.8. Evaluarea campaniei.....	125
Teme de discuție.	128

CAPITOLUL VIII

IMPLICAREA RELAȚIILOR PUBLICE ÎN MANAGEMENTUL CRIZELOR.....	129
8.1. O abordare conceptuală a fenomenului de criză...	130
8.2. Managementul crizelor	133
8.2.1. Etape în evoluția crizelor	134
8.2.2. Comunicarea de criză – repere și teorii.	137
8.2.3. Strategii ale comunicării de criză.	140
Teme de discuție.	148
ÎNTREBĂRI TIP GRILĂ	149
RĂSPUNSURI LA ÎNTREBĂRILE TIP GRILĂ.....	163
LISTA TABELELOR	165
LISTA FIGURILOR	167
BIBLIOGRAFIE	169