

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	9
-----------------------------	----------

CAPITOLUL I

O ABORDARE CONCEPTUALĂ A RELAȚIILOR PUBLICE	11
--	-----------

1.1. Dificultatea definirii relațiilor publice	12
---	-----------

1.2. Definiții date relațiilor publice	14
---	-----------

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
---	-----------

2.3. Evoluții privind managementul conținutului de brand	40
---	-----------

Teme de discuție	44
-------------------------------	-----------

CAPITOLUL III

EVOLUȚIA RELAȚIILOR PUBLICE	45
--	-----------

3.1. O scurtă istorie a relațiilor publice	46
---	-----------

3.2. Comunicarea – element central în relații publice	50
---	-----------

3.3. Modele de comunicare în relațiile publice	53
---	-----------

3.3.1. Modelul agentului de presă / al publicității (Press agency / publicity model)	54
---	-----------

3.3.2. Modelul informării publice (Public information model)	56
3.3.3. Modelul comunicării bidirecționale asimetrice (Two-way asymmetric model)	58
3.3.4. Modelul comunicării bidirecționale simetrice (Two-way symmetric model).....	59
Teme de discuție.....	63
CAPITOLUL IV	
RELAȚIILE PUBLICE ȘI CONDUCEREA ORGANIZAȚIILOR	65
4.1. Repere în definirea organizațiilor	66
4.2. Categoriile de public. Comportamentul comunicațional al publicurilor	68
4.3. Relațiile publice ca funcție a managementului organizației.....	71
4.4. Interesul public și dimensiunea etică a relațiilor publice	73
4.5. Activitățile cuprinse în sfera relațiilor publice	76
Teme de discuție.....	84
CAPITOLUL V	
RELAȚIA CU MEDIA	85
5.1. Relațiile publice și media – prezentare generală, principii și obiective strategice.....	86
5.2. Principalele coordonate ale activității media desfășurate de specialiștii de relații publice	89
5.2.1. Comunicatul de presă	90
5.2.2. Conferința și dosarul de presă.....	92
5.2.3. Purtătorul de cuvânt al organizației.....	96

5.3. Provocări în relația cu media în contextul actual....	97
Teme de discuție.....	100
CAPITOLUL VI	
CAMPANIA DE RELAȚII PUBLICE.....	101
6.1. Definirea campaniei de relații publice. Planificarea activității de relații publice	102
6.2. Analiza mediului.....	104
6.3. Stabilirea obiectivelor campaniei	107
6.4. Identificarea și selectarea publicurilor țintă vizate de campanie.....	108
6.5. Selectarea strategiei de comunicare	110
6.6. Tehnicile și mediile de comunicare	111
6.7. Stabilirea bugetului și a calendarului campaniei ..	114
6.8. Evaluarea campaniei.....	115
Teme de discuție.....	118
CAPITOLUL VII	
IMPLICAREA RELAȚIILOR PUBLICE ÎN MANAGEMENTUL CRIZELOR.....	119
7.1. O abordare conceptuală a fenomenului de criză...	120
7.2. Managementul crizelor	123
7.2.1. Etape în evoluția crizelor	124
7.2.2. Comunicarea de criză – repere și teorii.....	127
7.2.3. Strategii ale comunicării de criză	130
Teme de discuție.....	138
ÎNTREBĂRI TIP GRILĂ	139
RĂSPUNSURI LA ÎNTREBĂRILE TIP GRILĂ.....	153

LISTA TABELELOR	155
LISTA FIGURILOR	157
BIBLIOGRAFIE	159