

60.8
Ж 72

БАКАЛАВР. АКАДЕМИЧЕСКИЙ КУРС

О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



СООТВЕТСТВУЕТ
ПРОГРАММАМ
ВЕДУЩИХ НАУЧНО-
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
ШКОЛ

УМО ВО рекомендует

Юрайт
ИЗДАТЕЛЬСТВО
biblio-online.ru

О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА



Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным и экономическим направлениям

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru

Москва • Юрайт • 2017

УДК 659(075.8)
ББК 76.006.5я73
Ж72

Авторы:

Жильцова Ольга Николаевна — доцент, кандидат экономических наук, доцент Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, главный редактор научно-практического журнала «Маркетинг и логистика»;

Синяева Инга Михайловна — профессор, доктор экономических наук, профессор Департамента менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, академик РАЕН, почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, заслуженный профессор Всероссийского заочного финансово-экономического института;

Жильцов Денис Анатольевич — генеральный директор агентства интернет-маркетинга «Про Инет», редактор международного научно-практического журнала «Маркетинг и логистика».

Рецензенты:

Попадюк Т. Г. — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятий и предпринимательства Заочного финансово-экономического института Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

Коротков А. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры бюджета и казначейства Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ).

Жильцова, О. Н.

Ж72

Связи с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 337 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-9890-0

В учебном пособии раскрывается содержание и принципы связей с общественностью в организациях B2B и B2C секторов и сферы услуг. Уделяется внимание правовым основам PR-деятельности, международным профессиональным кодексам и стандартам на рынке услуг связей с общественностью с учетом специфики практического использования в процессе рыночного участия компаний.

Подробно рассматриваются перспективное и оперативное планирование связей с общественностью, анализируются современные инструменты масс-медиа и базовые PR-документы. Подробно проанализирован государственный PR России на международной арене и в конце учебника даются комплексные оценки эффективности инструментов PR.

Содержание пособия соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и построено в соответствии с профессиональными компетенциями в рамках дисциплины «Связи с общественностью».

Пособие предназначено для академического бакалавриата, предпринимателей, специалистов-практиков, интересующихся возможностями связей с общественностью в организации маркетинговой деятельности.

УДК 659(075.8)

ББК 76.006.5я73



Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая компания «Дельфи».

ISBN 978-5-9916-9890-0

© Жильцова О. Н., Синяева И. М.,
Жильцов Д. А., 2012

© ООО «Издательство Юрайт», 2017

Оглавление

Предисловие	5
Глава 1. Связи с общественностью в системе социальных отношений ...9	
1.1. Наука связей с общественностью — эволюция развития	9
1.2. Концепция связей с общественностью	21
1.3. Рынок услуг связей с общественностью	26
Выводы	37
<i>Контрольные вопросы</i>	38
<i>Тесты</i>	39
Глава 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности40	
2.1. Международные профессиональные кодексы и стандарты	40
2.2. Профессиональная деятельность PR-специалистов	46
2.3. Корпоративная социальная ответственность	51
2.4. Фандрайзинг	69
2.5. Правовые основы PR-деятельности	83
Выводы	91
<i>Контрольные вопросы</i>	92
<i>Тесты</i>	93
Глава 3. Технология и содержание PR-деятельности.....95	
3.1. Инструменты масс-медиа	95
3.2. Базовые PR-документы	112
3.3. Перспективное и оперативное планирование связей с общественностью	128
3.4. Государство и связи с общественностью	158
Выводы	184
<i>Контрольные вопросы</i>	185
<i>Тесты</i>	186
Глава 4. Организация PR-деятельности188	
4.1. Самостоятельные PR-организации	188
4.2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб ...	207
4.3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя	221
Выводы	227
<i>Контрольные вопросы</i>	228
<i>Тесты</i>	229

Глава 5. Инструменты PR-деятельности	230
5.1. Примеры деловых и пресс-мероприятий для представителей целевых аудиторий	230
5.2. Выставочное участие и спецмероприятия.....	246
5.3. Работа с современными информационными ресурсами	263
Выводы.....	276
<i>Контрольные вопросы</i>	277
<i>Тесты</i>	278
Глава 6. Современное состояние государственного PR России	280
6.1. Государственный PR России на международной арене	280
6.2. Имидж России и российского бизнеса	286
6.3. Интеллектуальное обеспечение избирательной кампании и личный PR политического лидера	294
Выводы.....	306
<i>Контрольные вопросы</i>	307
<i>Тесты</i>	308
Глава 7. Оценка эффективности PR-деятельности	309
7.1. Исследования и аналитика в сфере PR.....	309
7.2. Оценка PR-деятельности независимыми экспертами	319
Выводы.....	331
<i>Контрольные вопросы</i>	331
<i>Тесты</i>	331
Ответы на тесты	333
Рекомендуемая литература и интернет-сайты	334
Новые издания по дисциплине «Связи с общественностью» и смежным дисциплинам	337