

Cuprins

INTRODUCERE	11
--------------------------	-----------

PARTEA ÎNTÂI: TEHNICI DE RELAȚII PUBLICE

CAPITOLUL I:

Tehnici de relații publice: definirea termenilor, clasificări.....	17
Tehnici vs. tactici.....	18
Categoriile de tehnici de relații publice.....	21
Calități care fac o informație atractivă pentru presă.....	23

CAPITOLUL II:

Tehnici scrise de relații publice	28
Scrierea de relații publice vs. scrierea jurnalistică.....	30
Principii ale scrierii de relații publice.....	31
Riscuri ale scrierii de relații publice	39
Știrea de presă.....	43
Regula celor șase întrebări	46
Regula piramidei inversate.....	47
Structura știrii de presă.....	49
Formatul unei știri de presă:.....	57
Atribuirea informațiilor.....	58
Nota de facilități pentru presă.....	59
Comunicatul de presă.....	60
Exemplu de comunicat de presă.....	69
Exemple de alertă media.....	70
Dosarul de presă.....	72
Articolul de presă	77
Articolul de atracție (<i>feature story</i>).....	80
Descrierea.....	81
Explicarea.....	81

Evaluarea	82
Scrisoarea-propunere.....	82
Exemplu de scrisoare-propunere	86
Exemplu de scrisoare de confirmare	88
Scrisoarea către editor	89
Exemplu de scrisoare către editor	92
Biografia.....	93
Publicații utilizate în relațiile publice.....	97
Broșura și pliantul	105
Broșura (pliantul) de popularizare.....	105
Broșura (pliantul) de prezentare	107

CAPITOLUL III:

Tehnici verbale de relații publice.....109

Interviurile.....	109
Negocierea unui interviu.....	112
Pregătirea pentru interviu	115
Desfășurarea interviului	122
Interviul pentru presa scrisă	128
Interviul stand-up cu unul sau mai mulți jurnaliști.....	129
Sugestii de răspunsuri pentru întrebări incomode	131
Conferința de presă.....	137
Pregătirea conferinței de presă.....	140
Desfășurarea conferinței de presă	144
Evaluarea conferinței de presă.....	148
Briefingul de presă	149
Discursurile	152
Pregătirea discursului.....	153
Elemente ale comunicării nonverbale și paraverbale ce influențează discursul	160
O posibilă schemă de discurs	161
Despre aparițiile publice.....	162
Emoțiile și nervozitatea înaintea unei apariții publice.....	162
Cum prevenim blocajele	167
Ce facem dacă ne blocăm	168
Despre psihologia auditoriului.....	169

Aranjamente ale sălilor de prezentare	170
Câteva cuvinte despre radio	172
Interviul la radio	173

CAPITOLUL IV:

Tehnici vizuale de relații publice	175
Identitatea vizuală a unei organizații	177
Utilizarea fotografiei în mass-media.....	179
Apariții la televiziune	190
Interviul pentru televiziune	192
Îmbrăcămintea.....	194
Interviul în studioul de televiziune.....	196
Talk-show-urile în studioul TV - în direct	196
Interviul de televiziune pentru post-editare.....	197

CAPITOLUL V:

Tehnici de relații publice specifice spațiului virtual	199
Website-uri.....	201
Bloguri	208
Social media	216
Comunicații mobile.....	223

PARTEA A DOUA: CAMPANII DE RELAȚII PUBLICE

CAPITOLUL VI:

Definirea și tipologia campaniilor de relații publice	227
Delimitări conceptuale	227
Concepte corelate.....	231
Tipologia campaniilor de relații publice	235
Campanii de influențare	243

Obediența sau supunerea.....	244
Conformarea.....	245
Convertirea.....	247
Secvențialitatea evenimentelor.....	248
Influențarea socială prin comunicare.....	251
Ierarhizarea efectelor campaniilor.....	266

CAPITOLUL VII:

Planificarea și etapele/pașii de parcurs	269
Algoritmi de elaborare a unui plan de campanie.....	273

CAPITOLUL VIII:

Definirea problemei, analiza situației, cercetarea.....	277
Analiza situației.....	277
Definirea problemei.....	282
Cercetarea.....	298
Domenii de cercetare	299
Metode și tehnici de cercetare de relații publice	301
Cercetarea calitativă	302
Cercetarea cantitativă.....	303
Beneficiile cercetării în relațiile publice.....	307

CAPITOLUL IX:

Scopul și obiectivele campaniilor.....	311
Scopurile și obiectivele campaniilor de relații publice.....	311
Tipuri de scopuri și obiective ale campaniilor de relații publice.....	313
Cum se elaborează obiective SMART	315
Evaluarea obiectivelor de comunicare.....	319

CAPITOLUL X:

Public-țintă, slogan, mesaje	323
Identificarea diferitelor publicuri.....	323
Axa, centrul de greutate, sloganul, amprenta.....	325
Selectarea canalelor de comunicare	327

Mesajele	331
----------------	-----

CAPITOLUL XI:

Strategii, tactici/tehnici utilizate 337

Strategii și tactici utilizate în elaborarea unei campanii de relații publice.....	337
Calendarul campaniei.....	346
Proiectarea planului media.....	346
Bugetul unei campanii	347
Conținutul unui buget de relații publice	348
Costul operațiunilor.....	350

CAPITOLUL XII:

Evaluarea campaniilor de relații publice 353

Aspecte generale.....	353
Scurt istoric	355
Planificarea procesului de evaluare.....	357
Metode de evaluare	360
Utilizarea rezultatelor evaluării.....	368
Atitudinea actuală față de procesul de evaluare.....	369
Beneficiile evaluării	371

Bibliografie 373

Anexe 388