



CUPRINS

CAPITOLUL 1 - Locul și rolul relațiilor publice în economia contemporană	5
1.1 Evoluție	5
1.2 Concept	10
1.3 Obiectivele activității de relații publice	19
1.4 Relațiile publice interne	25
1.5 Relațiile publice externe	29
1.6 Funcțiile relațiilor publice la nivelul firmei	32
1.7 Factorii dezvoltării activității de relații publice	37
CAPITOLUL 2 - Tehnici specifice activității de relații publice	44
2.1 Tehnici specifice raporturilor cu mass media	46
2.2 Tehnici specifice relațiilor cu consumatorii	57
2.3 Tehnici specifice poziționării produselor	61
2.4 Evenimente sportive, artistice și de destindere	68
2.5 Evenimente specifice	73
2.6 Programe specifice	80
CAPITOLUL 3 - Programele de relații publice	82
3.1 Concept	82
3.2 Obiective și cerințe	84
3.3 Planul programului	86
3.4 Evaluarea eficienței programelor de relații publice	108

CAPITOLUL 4 - Comunicarea în activitatea de relații publice	117
4.1 Natura comunicației	117
4.2 Efectele comunicației	127
4.3 Claritatea mesajului	133
4.4 Organizarea și comunicarea mesajului	137
CAPITOLUL 5 - Relațiile publice și managementul crizelor	144
5.1 Tipologia crizelor	144
5.2 Etapele crizelor	147
5.3 Managementul crizei	149
5.4 Comunicarea de criză	152
CAPITOLUL 6 - Relațiile cu presa	155
6.1 Relațiile cu presa - tehnică consacrată în practica relațiilor publice	155
6.2 Principii de bază în realizarea unor bune relații cu presa	158
6.3 Campania de presă	164
6.4 Comunicatul de presă	173
CAPITOLUL 7 - Etică și viitor în activitatea de relații publice	189
7.1 Principii etice în relațiile publice	189
7.2 Viitorul relațiilor publice	192
BIBLIOGRAFIE	200