

## TARTALOM

KIBÓL LESZ A JÓ PR-OS?

ALAPFOGALMAK, MEGHATÁROZÁSOK

Mi nem a PR?

Hírnév és megértés

A bizalmi tőke és a márka

INTEGRÁCIÓ

A PR hatáskörei

Integrált kommunikáció

KOMMUNIKÁCIÓ ÉS BEFOGADÁS

Kommunikációs szűrők

A STRATÉGIA-ÉPÍTÉS KÉRDÉSEI ÉS VÁLASZAI

Miért? Mi célból?

*Általános célok*

*Egyedi célok*

Kinek? Kiknek?

*A vállalati kommunikáció teljes köre*

*A média hármasszerepben*

*A célcsoport-meghatározás szempontjai*

*Jelenlegi és elérni kívánt célcsoport-beállítódás*

Mit?

*Meggyőzési stratégiák*

*A „mondás”*

*Célcsoport-specifikus üzenetek*

Hogyan?

Mikor?

*Kiszivárogtatás*

*Késleltetés*

*Kampányhosszabbítás*

Mennyiért? Milyen eredménnyel?

*Az eredményesség mérése*

ESZKÖZÖK

Arculat

*Franchise*

Médiaeszközök

*Egyirányú eszközök*

*Két- és többirányú eszközök*

A szóvivő

Kapcsolat az újságírókkal

*Sűrítés*

*„Belső kör”*

*Szabályok, ha a sajtó jelentkezik*

Multimédia-eszközök

Web 2.0, közösségi média, mobiltelefon

*Sokan – sokaknak*

*Veszélyek*

*„Új Népművészet”*

*On-line PR*

*Mobil-kommunikáció*  
*Konvergencia*  
Rendezvények  
Egyéb, különleges és „gerilla” eszközök  
*Egyesületek, klubok szervezése*  
*Pályázatok*  
*Rekordok*  
*Híres emberek*  
*Vox populi*  
*Aláírás-akciók*  
*Kitüntetések*  
*Különleges és gerilla akciók*  
Személyes eszközök  
*„Door-to-door” kampányok*  
*Közmeghallgatások*  
*Céges találkozók*  
*Közönségtalálkozók, dedikálások*  
BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ  
Fogalmak, helymeghatározások  
*Külső-belső, belső-külső*  
*A „HR-probléma”*  
Küldetés, jövőkép, értékek  
*Az arculat a belső kommunikációban*  
Eszközrendszer  
*Pletyka*  
*Személyes eszközök*  
*„Személytelen” technikák*  
Változásmenedzsment  
VÁLSÁGKOMMUNIKÁCIÓ  
Nagy baj és lehetőség  
*A bizalmi tőke*  
*A válság két „arca”*  
*A válság természetrajza*  
*Érdekellentétek*  
*Issue management*  
Felkészülés a válságkommunikációra  
*A válságkezelő team*  
*„VörösKönyv”: a válságkommunikációs előkészületi terv*  
*Tréningek*  
*Média, szakértők*  
*Korai figyelmeztetés*  
Aktív válságkommunikáció  
*Van-e hatásunk a válságra?*  
*Mindenkivel kommunikálunk*  
*A „legrosszabb eset” forgatókönyvei*  
*„Sok” és „kevés” kommunikáció*  
*Válságkezelés integrált kommunikációban*  
Válság után...  
SZPONZORÁLÁS, MECENATÚRA, CSR  
Szponzoráció  
*Szponzori stratégia*

Mecenatúra, adományozás  
Támogatást keresők stratégiája  
*Szponzorvadászat*  
CSR

Szponzoráció, CSR és a média  
AJÁNLOTT IRODALOM