

CUPRINS

INTRODUCERE.....	9
CAPITOLUL 1 - Teoria și practica relațiilor publice.....	11
1.1. O provocare permanentă. Relațiile publice: artă sau știință?	11
1.2. Ce sunt relațiile publice? O varietate de definiții	16
1.3. Relațiile publice și domenii de activitate conexe	27
1.4. Clasificarea relațiilor publice	35
CAPITOLUL 2 - Considerații privind imaginea publică.	37
2.1. Considerații privind procesul de reprezentare	37
2.2. Gestionarea imaginii organizațiilor	41
CAPITOLUL 3 - Comunicarea, principala metodă de realizare a relațiilor publice.....	47
3.1. Necesitatea și definirea comunicării.....	47
3.2. Elementele și cerințele generale ale comunicării	49
3.3. Forme de comunicare	51
CAPITOLUL 4 - Locul și rolul opiniei publice în activitatea de relații publice	57
4.1. Istoricul și dezvoltarea opiniei publice. Privire generală	57
4.2. Noțiunea de opinie și public. Definiția și trăsăturile caracteristice ale opiniei publice	58
4.3. Importanța opiniei publice în procesul de comunicare. Mass media	65
CAPITOLUL 5 - Apariția și evoluția relațiilor publice	74
5.1. Istoricul și evoluția relațiilor publice.....	74
5.2. Dezvoltarea etapizată a relațiilor publice	80
CAPITOLUL 6 - Teorii ale relațiilor publice.....	93
6.1. Teorii ale comunicării	93
6.2. Teorii ale persuasiunii, motivației și comportamentului	97
6.3. Teorii ale organizațiilor și comunicării organizaționale.....	100
6.4. Teorii specifice relațiilor publice	101
CAPITOLUL 7- Procesul de relații publice	114
7.1. Modelarea sistemică a procesului de relații publice.....	114
7.2. Formule liniare și ciclice	119

CAPITOLUL 8 - Structuri de relații publice.....	125
8.1. Departamente de relații publice.....	125
8.2. Firme de relații publice.....	127
CAPITOLUL 9 - Cercetarea în domeniul relațiilor publice.....	130
9.1. Rolul și importanța cercetării în activitatea de relații publice.....	130
9.2. Metodologii utilizate în cercetare.....	135
CAPITOLUL 10 - Publicurile și specificitățile	144
10.1. Teorii privind definirea publicurilor.....	144
10.2. Evoluția publicurilor.....	153
CAPITOLUL 11 - Tehnici generale de redactare pentru mediile de informare în masă.....	159
11.1. Rolul specialiștilor în relații publice în procesul mass media	159
11.2. Instrumentele de bază ale informării publice	162
CAPITOLUL 12 - Relațiile publice și gestionarea situațiilor de criză	171
12.1. Definirea și tipologia crizelor.....	171
12.2. Prescripții algoritmice de gestionare a crizelor	176
CAPITOLUL 13 - Campaniile de relații publice. O abordare generală	181
13.1. Scopul și obiectivele unei campanii de relații publice	181
13.2. Planul unei campanii de relații publice	186
CAPITOLUL 14 - RP, etica și cultura de-a lungul timpului.....	219
14.1. Etica profesioniștilor din domeniul relațiilor publice.....	219
14.2. Rolul codurilor etice în activitatea profesioniștilor în relații publice.....	228
În loc de CONCLUZII.....	235
BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ.....	237
ANEXE.....	239
ANEXA nr. 1 - O analiză de relații publice care conține „ <i>Apelurile care-i determină pe oameni să acționeze</i> ”	239
ANEXA nr. 2 - Samuel Adams, Revoluția Americană și primul plan de relații publice	240
ANEXA nr. 3 - Declarația oficială a Societății Americane de Relații Publice asupra rolului relațiilor publice în societate.....	243

ANEXA nr. 4 - Coduri profesionale în relațiile publice (Atena - IPRA, Lisabona - CERP, PRSA, IABC).....	245
ABREVIERI ȘI ACRONIME	255