

СОДЕРЖАНИЕ

«СЛУЖБА PR»

№ 4/2014

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Осипова Е.А.

Размышления о четырех главных достижениях, четырех насущных проблемах и четырех позитивных перспективах в связи с двенадцатым празднованием Дня PR-СПЕЦИАЛИСТА 1

СОВЕТЫ ДИРЕКТОРА

Дворникова Е.

Как создать работающую миссию компании 7

УЧЕНЫЕ — ПРАКТИКАМ

Клягин С.В.

Приглашение к диалогу: об интеллектуальных вызовах для современных PR-практик 12

Минаева Л.В.

Профессиональные компетенции специалиста по связям с общественностью. Европейский опыт 17

Скородумова О. Б.

Виртуальные коммуникации: «виртуальная личность» и ее особенности 21

PR-ИССЛЕДОВАНИЯ

Наймушина О.И.

Медиапланирование социальных рекламных кампаний 26

НА ШАГ ВПЕРЕДИ

Внучков В.

Корпоратив для инноваторов 33

УДАЧНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Жаворонков С.

Социальная металлургия: опыт применения PR-технологий для лоббирования вопросов предприятия на региональном уровне 36

КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ

Карпова Т.Г.

Профессиональный этикет как составная часть формирования корпоративного имиджа 40**АКТУАЛЬНЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Бакулев Г.П.

Эффект новостной ценности в конструировании пресс-релиза (по материалам журнала Public Relation Journal) 44**РЕГИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ**

Степанова Е.

Чебоксарское чудо на небе и над Волгой 49**PR БЕЗ ГРАНИЦ**

Орлова И.В.

Неизвестная Россия. О международном информационно-аналитическом проекте «Россия XXI век: Политика. Экономика. Культура» 53**PR-КОНСУЛЬТАЦИЯ**

Скороход Р.

Барометр доверия 57**ГЛАЗАМИ ОБЩЕСТВЕННОСТИ**

Зайцева Е.А., Прохорова М.В., Скобелева Е.И.

Коммуникативная эффективность использования SMS-рассылки 60**МАСТЕР-КЛАСС**

Осипова Е.А.

PR-креатив. Часть первая. Развитие воображения 63**НЕМНОГО ИСТОРИИ**

Ундалов А.М.

О некоторых методах влияния наполеоновской пропаганды на общественное мнение 67

Акимова Т.И.

Взаимодействие губернских общественных организаций и власти в Нижегородской губернии в последней четверти XIX века 72