

НОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ
ЛИТЕРАТУРЫ

декабрь 2016 г.

ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ



Варакута, С. А. Связи с общественностью: учебное пособие / С. А. Варакута. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)

Рассматриваются сущность и теоретические основы связей с общественностью, дается характеристика специальных мероприятий, проводимых в этой области, раскрываются особенности использования средств массовой информации при проведении коммуникационной политики. Особое место уделяется использованию рекламы в системе связей с общественностью, защите конфиденциальной информации и осуществлению коммуникаций в условиях кризиса.

Марков, А. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник для студентов вузов / А. А. Марков. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 190 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)

Учебник включает в себя основные вопросы современной теории и практики связей с общественностью, учитывающие актуальные теоретические и практические аспекты и проблемы в нынешнем функционировании института Public Relations (PR) в структурах государственного и муниципального управления. Изложенные в учебнике темы охватывают практически весь спектр направлений, изучаемых в дисциплине «Связи с общественностью в органах власти», дополнены конкретными практическими примерами, позволяющими легче усвоить предлагаемый материал.



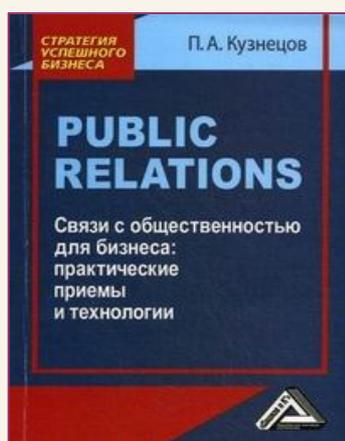


Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / В. М. Маслова. - 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. - 207 с.

Учебное пособие представляет собой учебный курс по тематике "Связи с общественностью в управлении персоналом". В систематизированном виде рассмотрены основные понятия связей с общественностью (PR) в управлении персоналом, используемые в организациях различных форм собственности. Предложены практические рекомендации по организации PR в компаниях с учетом правовых основ этой деятельности. Рассмотрено проведение организационно-представительских и специальных мероприятий в компании. Даны рекомендации по организации эффективной работы службы PR в управлении персоналом.

Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и К*, 2016. - 324 с.

В учебном пособии рассмотрены вопросы теории интегрированных маркетинговых коммуникаций и такие их компоненты, как реклама, связи с общественностью, директ-маркетинг, личные продажи, бренд-коммуникации; основы применения латерального маркетинга, выступающего креативным компонентом интеграционного процесса в маркетинговых коммуникациях.



Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К*", 2015. - 296 с. - (Стратегия успешного бизнеса).

Предлагаемая читателю книга содержит два дополняющих друг друга блока информации. Во-первых, рассматриваются общие теоретические модели и принципы организации PR-деятельности в современном бизнесе, а во-вторых, представлен широкий анализ PR-практики, которая, как известно, всегда богаче теории. В книге не содержится готовых рецептов и ответов на все вопросы, связанные с анализом примеров того, как PR работает, но выделены некоторые общие закономерности и принципы, которые делают PR-деятельность результативной и приносящей прямую выгоду компании.

Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М.: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2014. - 536 с.: ил. - ("Учебники Президентской Академии").

Книга представляет собой развернутый учебный курс по тематике "паблик рилейшнз" (связи с общественностью). Большое внимание уделяется творческому синтезу теории и эмпирического материала, разработке новых схем и концепций; анализу отечественного и зарубежного опыта в названной сфере. Приводится большое число первичных PR-документов, в том числе корпоративного и конфиденциального профиля, содержится около 150 цветных иллюстраций и таблиц.



Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность компаний: учебное пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов; Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. - Екатеринбург: Деловая книга; М. : Академический проект, 2007. - 301 с. - (Gaudeamus).

Настоящее учебное пособие соответствует государственным стандартам курса "Реклама и связи с общественностью". Книга ставит задачу раскрыть взаимосвязь и взаимообусловленность двух важнейших компонентов интегрированных маркетинговых коммуникаций. В ней вы найдете разнообразную и полезную информацию по многим проблемам рекламы и PR. Владея такой информацией, вы совершите меньше ошибок как в теоретических исследованиях, так и в практической деятельности.

