

<b>КРУГЛЫЙ стол</b> ТРЕНДЫ В ДЕЛЕ.....	6
<b>ГЕНИАЛЬНО!</b> Елена Леонова ТРЕБУЕМ КРЕАТИВНОСТЬ.....	15
<b>ВНУТРЕННИЙ PR</b> СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЕМ: ОПЫТ ЭКСПЕРТОВ .....	20
<b>ВНУТРЕННИЙ PR</b> Юлия Битюцкая ЭМОЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ.....	25
<b>КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ</b> ЛЕОНИД АГАФОНОВ: «СУЩЕСТВУЕТ МНОГО ИЗДАНИЙ, КОТОРЫЕ ГИПЕРДОРОГО СТОЯТ И КОТОРЫЕ СЛИШКОМ ХОРОШО СДЕЛАНЫ» .....	28
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> Александр Филимонов МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ VS. NEW MEDIA ДЛЯ ФИНАНСОВЫХ КОМПАНИЙ: КРИТИКА ПОДХОДА.....	34
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> Оксана Игнатова ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПО КРІ: СОПОСТАВИТЬ ЦЕЛИ И РЕЗУЛЬТАТ .....	38
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> Анастасия Горбунова 8 ФРАЗ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ НАСТОРОЖИТЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ПРИ ПОИСКЕ PR-АГЕНТСТВА .....	44
<b>РЫНОК</b> PR- ФРАНШИЗА ВЫХОДИТ НА РЫНОК.....	46
<b>ОТРАСЛЕВОЙ PR</b> Лаура Оганян КУЛЬТУРА ДЛЯ КОММУНИКАЦИЙ ИЛИ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ КУЛЬТУРЫ? ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ МУЗЕЕВ ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ БРЕНДА.....	48
<b>ГОСУДАРСТВЕННЫЙ PR</b> Вадим Зиятдинов РАБОТАЯ НА ПРАВОСУДИЕ.....	56
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b> Валентин Степанов ПОСТ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: "RELATIONSHIPS MATTER".....	62
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b> «НАРОДНЫЙ» РЕЙТИНГ КНИГ ДЛЯ ПИАРЩИКОВ.....	69
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b>	

PR ПРИНОСИТ ПРИБЫЛЬ: АКЦИЯ «ЧЕРНАЯ МЕТКА -ВРАГАМ ЭНЕРГОСИСТЕМЫ ГОРОДА!».....	72
---	----

## **ИССЛЕДОВАНИЕ**

РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТИ РОССИЙСКИХ СМИ ЗА IV КВАРТАЛ 2013 Г. PR-БИБЛИОТЕКА .....	74
--	----

## **PR-БИБЛИОТЕКА**

<b>Владимир Громов</b> PR-СТРАТЕГИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ .....	77
--	----

## **АНОНС**

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ .....	97
----------------------------------	----

**КРУГЛЫЙ стол**

РЫНОК PR: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....6

**РЫНОК**

Дмитрий Ожегин

РЫНОК PR: РОВНО И ПЛОСКО.....14

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

Елена Леонова

ДВИЖЕНИЕ ВО ИМЯ КАРЬЕРЫ: КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ ПИАРЩИКОМ  
УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ .....17

Юлия Курсова

PR-КАМПАНИЯ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ: ЗАЧЕМ И КАК?  
УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ .....24

Кирилл Хлуднев

НЕ БОЙТЕСЬ ЧЕРНОГО ПИАРА!.....31

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

СВЕТОДИОДНОЕ ПРОСВЕЛУЕННЕ .....34

**ОТРАСЛЕВОЙ PR**

Маргарита Серeda

ТОНКОСТИ ФЕШЕН PR.....48

**ВНУТРЕННИЙ PR**

Яна Харитонова

ОБЪЕДИНЯЯ – УПРОЩАЙ.....52

**ВНУТРЕННИЙ PR**

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ КОМПАНИИ - ПРАЗДНИК «СО СЛЕЗАМИ НА ГЛАЗАХ»? .....55

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

Светлана Демина

E-MAIL-РАССЫЛКА: РОСТ ПРОДАЖ ИЛИ ИСПОРЧЕННАЯ РЕПУТАЦИЯ?.....62

**PR-БИБЛИОТЕКА**

Александр Чумиков

КОНВЕРГЕНТНЫЕ СМИ. ИЗМЕНЕНИЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОНТЕНТА,  
ИЗМЕРЕНИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ И ОРГАНИЗАЦИИ  
МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ МЕДИА .....66**ИССЛЕДОВАНИЕ**

Дмитрий Чернов

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ РОССИЙСКИХ РОЗНИЧНЫХ  
КОМПАНИЙ НА СТАДИИ СТАБИЛИЗАЦИИ БИЗНЕСА .....75**ИССЛЕДОВАНИЕ**

Николай Пономарев

«МОДЕЛЬ ВЫСШЕГО МАСТЕРСТВА»: ГЛАДКО БЫЛО НА БУМАГЕ,  
ДА ЗАБЫЛИ ПРО ОБРАГИ.....81**АНОНС**

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ .....97

**ПОЗДРАВЛЕНИЯ**

Благодарим за сотрудничество ..... 6

**КРУГЛЫЙ СТОЛ**

Оптимизация PR-процессов ..... 15

**КОЛЛЕГИ**

**Ирина Бахтина:** «PR– ЕДИНСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРАЯ ПРИЗВАНА СЛУШАТЬ И СЛЫШАТЬ ОБЩЕСТВО ..... 22

**РЫНОК**

**Николай Сафонов.** От классификации PR- услуг к полноценной навигации по компаниям отрасли ..... 28

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

**Ольга Анищенко.** Реорганизация работы пресс-службы банка Москвы ..... 35

**Маргарита Серeda.** Кризис идей, или как разбудить креативность ..... 39

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

**Ника Зебра.** продвижение мероприятий для начинающих и продолжающих ..... 41

**ОПЫТ**

**Виктория Куприянова.** Пресс-служба автомобильного бренда: как оставаться на коне ..... 46

**ВНУТРЕННИЙ PR**

Социальная деятельность как репутационный дивиденд ..... 52

Корпоративные традиции и табу. Мнение экспертов ..... 57

**ЮБИЛЕЙ**

Обратный отсчёт: 2011 год ..... 63

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

«Человек в ЖКХ», или секреты успешного PR от Красноярского «Жилфонда» ..... 69

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

**Владислав Титов:** «Самое главное – гореть своей работой!» ..... 72

**PR-БИБЛИОТЕКА**

**Александр Чумиков.** Конвергентные СМИ. Изменения в производстве контента, измерениях информационного поля и организации мероприятий для медиа ..... 74

**ИССЛЕДОВАНИЕ**

Где взять кадры для рынка Digital Communications? ..... 89

Рейтинг популярности Российских СМИ за III квартал ..... 91

**СОБЫТИЯ**

Eventiada-2013 ..... 93

**КРУГЛЫЙ СТОЛ**

Проблемы взаимодействия PR – агентств и компаний.....16

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

**Е. Сосновцева.** Управляема ли репутация?!..... 20

**КОЛЛЕГИ**

**Г. Панина.** PR как искусство парфюмера..... 23

**П. Педерсен:** “Основой нашего успеха всегда было и будет знание местного рынка”.....28

**Д. Гавра:** ”Семиотическая игра позволяет говорить с аудиторией на ее языке”.....32

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

**Е. Мурашова.** Корпоративные подарки: от надувных саней до кулонов с микрочипами.....37

**Т. Корсакова.** Практика для теоретиков: как научить студентов мониторингу.....40

**Е. Ларионов:** “Медиаисследование – это не самоцель, а инструмент для решения конкретных задач”.....43

**ОНЛАЙН**

**В. Титов.** Комьюнити – менеджер – дирижер дружбы.....47

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

ПБК ЦСКА: ближе к болельщикам, дружественнее к СМИ.....51

**Д. Лукьянчиков.** Выставка как PR – идея.....57

**Гелла Наминова:** “Успех и признание компании – главное мерило для PR – специалиста”.....59

**ЮБИЛЕЙ**

Обратный отсчет: 2010 год.....61

**ИСТОРИЯ**

**А. Игнатенко.** Брачные объявления: PR себя и семейных ценностей..... 70

**IR - ОТНОШЕНИЯ С ИНВЕТОРАМИ**

**В. Зимин.** IR – кейс специалиста по связям с инвесторами: теория и практика.....74

**СОБЫТИЯ**

**К. Барезhev.** Живет ли лес без топора? Или какой должна стать медиастратегия.....83

**Е. Ковалев.** BALTIC WEEKEND поговорил о глобальном.....91

**АНОНС**

Читайте в следующем номере..... 97

**КРУГЛЫЙ СТОЛ**

Рынок PR-труда: настоящее и будущее..... 6

**ИССЛЕДОВАНИЕ**

Рынок труда в сфере: «Маркетинг/реклама/PR» ..... 17

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

**Инна Алексеева.** PR-исследование: как выбрать сотрудника..... 20

Как SPN OGILVV притягивает таланты..... 23

**Иван Байлюк.** Информационное сопровождение интеграции банков ..... 26

**КОЛЛЕГИ**

Илья Кузьменков: «PR – это инструмент быть воспринимаемым в обществе экономической и политической конкуренции» ..... 31

Ольга Свечникова: « PR - это магия»..... 36

**ОНЛАЙН**

Юрий строфилов: «Время генерировать смыслы!» ..... 40

**Елена Жуковская.** Современный DIGITAL-коммуникации: гонка за модой в ущерб эффективности..... 45

Михаил Умаров: «DIGITAL-больше не тенденция, это данность во всех своих проявлениях»..... 49

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

Екатерина Алеева: «На замену пресс-релизам пришли тематические рассылки»..... 52

**Елена Торшина.** Сколько стоят бесплатные PR-публикации ..... 57

**PR-БИБЛИОТЕКА**

**Александр Чумиков.** Антибрендинг как способ разжигания или гашения конфликта..... 61

**ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ PR**

Работа с внутренним негативом: мнения экспертов..... 68

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

«Ведомости BOSCH»: в контакте с целевой аудиторией..... 72

Лучший пресс-релиз- о родине хрена ..... 76

Дарья Шпарская: « Трудности подогревают интерес к работе» ..... 80

**ЮБИЛЕЙ**

Обратный отсчет: 2009 год..... 83

Человек с обложки: Татьяна Патрацкая-Гуляева..... 88

**ИСТОРИЯ**

**А. Игнатенко.** Брачные объявления: PR себя и семейных ценностей ..... 90

**АНОНС**

Читайте в следующем номере ..... 97

<b>КРУГЛЫЙ стол</b> ПРАВИЛА ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГА .....	6
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Ольга Чернышева. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ПОКУШЕНИЕ НА ЛИЧНУЮ ЖИЗНЬ</b> .....	15
<b>ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ</b> <b>Елена Прудникова. PR. БЫТЬ БЛИЖЕ К ЛЮДЯМ</b> .....	17
<b>Юлия Трушина. КАК ПОСТРОИТЬ ЛИЧНЫЙ БРЕНД В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ</b> .....	19
<b>Иван Овчаров. ПЯТЬ САМЫХ РАСПРОСТРАНЕННЫХ ОШИБОК ЛИЧНОГО БРЕНДИНГА</b> .....	22
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Сергей Андреткин. СТРАТЕГИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ</b> .....	25
<b>Наталья Рушкевич. КОММУНИКАЦИОННАЯ РАБОТА С ДИЛЕРСКИМИ СЕТЯМИ НА B2B-РЫНКЕ</b> .....	32
<b>РЫНОК</b> <b>ВЛАДИМИР ВИНОГРАДОВ: «НАГРАДА - ЭТО РЕПУТАЦИОННЫЙ АКТИВ»</b> .....	38
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b> <b>THE HOLMES REPORT: КРУПНЕЙШИЕ PR-АГЕНТСТВА МИРА</b> .....	41
<b>КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ</b> <b>Евгений Григорьев. ЦИФРА ИЛИ БУКВА</b> .....	43
<b>ЮБИЛЕЙ</b> <b>ОБРАТНЫЙ ОТСЧЕТ: 2008 ГОД</b> .....	47
<b>ЧЕЛОВЕК С ОБЛОЖКИ: ЛЮДМИЛА САЛЬНИКОВА</b> .....	54
<b>ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА</b> <b>ЭЛЬДОРАДО»: КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОНЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЮ</b> .....	56
<b>РЭП - БАТТЛ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГИ</b> .....	60
<b>КОМИТЕТ ПО ДОЛЕВОМУ ЖИЛИЩНОМУ СТРОИТЕЛЬСТВУ, ВЕТХОМУ И АВАРИЙНОМУ ЖИЛЬЮ: ОТКРЫТОСТЬ В ПРИОРИТЕТЕ!</b> .....	69
<b>ЛУЧШИЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ PR-ПРОЕКТ: РЕАЛИТИ-ШОУ «БРОСАЙ КУРИТЬ И ВЫИГРАЙ»</b> .....	72
<b>PR-БИБЛИОТЕКА</b> <b>ТОП-10 КНИГ ПО SMM</b> .....	75
<b>GR - ОТНОШЕНИЯ С ВЛАСТЬЮ</b> <b>Виктор Зимин. РЕЙТИНГОВЫЙ МОНИТОРИНГ КОНСУЛЬТАНТОВ</b> .....	78
<b>ИСТОРИЯ</b> <b>Александр Игнатенко. БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ: PR СЕБЯ И СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ</b> .....	93
<b>АНОНС</b> <b>ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ</b> .....	97

**КРУГЛЫЙ стол**

PR-СООБЩЕСТВО, ГДЕ ТЫ?..... 6

**КОЛЛЕГИ**ВЕРОНИКА СЫСУЕВА: «ПИАРЩИКИ ПЕТЕРБУРГА ПРИШЛИ  
ЗНАКОМИТЬСЯ КО МНЕ НА #ZEBRADAY»..... 14**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**КСЕНИЯ ЧАБАНЕНКО: «PR-СПЕЦИАЛИСТ ДОЛЖЕН БЫТЬ ИСКУСНЫМ  
В ОБЩЕНИИ»..... 18

УНИВЕРСИТЕТСКИЙ PR: КАК ПРОБУДИТЬ ИНТЕРЕС К НАУКЕ ..... 22

ИДЕМ НА СЕВЕР!..... 26

ВЗГЛЯНИ НА СТРАХОВАНИЕ ПО-НОВОМУ - С ПОМОЩЬЮ PR-ТЕХНОЛОГИЙ!..... 33

**ЮБИЛЕЙ**ОБРАТНЫЙ ОТСЧЕТ: 2007 ГОД ЮБИЛЕЙ  
ЧЕЛОВЕК С ОБЛОЖКИ ..... 39**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

ОЛЕГ ТРЕТЬЯКОВ: «СМИ НУЖНЫ ЭКСПЕРТЫ»..... 49

Екатерина Тареева. ВЫРАСТИ В ЭКСПЕРТА..... 51

Дмитрий Дементий, Денис Савельев. НЬЮСДЖЕКИНГ - НОВОСТНОЕ ПИРАТСТВО..... 54

Ирина Заболотская. КОРПОРАТИВНЫЕ КАЛЕНДАРИ КАК PR-ИНСТРУМЕНТ.  
ТРАДИЦИИ И ТЕНДЕНЦИИ..... 59**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**Сергей Андрияшат. СЧИТАЕМ ЭФФЕКТИВНОСТЬ В PR: БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ  
И ПОКАЗАТЕЛИ ..... 65Лилия Глазова. ПОИСК МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-БЮДЖЕТА -  
ЭТО ПОИСК ФИЛОСОФСКОГО КАМНЯ ..... 68**EVENTИЗАЦИЯ**Ксения Рабинович, Наталья Никифорова. ТЕХНОЛОГИЯ ПРАЗДНИКА: КРЕАТИВ  
БЕЗ ШАРИКОВ ..... 74Елена Серебрякова. «ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ» ИЛИ «СОЗДАНИЕ  
СОБЫТИЙ»? ..... 76**БРЕНДИНГ**

Оксана Белянская. БИБЛИЯ - САМЫЙ ПОЛНЫЙ BRAND BOOK..... 78

**ИССЛЕДОВАНИЕ**

НА РЫНКЕ БРЕНДИНГА СУЩЕСТВЕННЫЙ РАЗБОС ЦЕН ..... 80

РЕЙТИНГ КОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ ПО ОБЪЕМАМ БИЗНЕСА  
В 2012 ГОДУ ..... 83**GR - ОТНОШЕНИЯ С ВЛАСТЬЮ**Виктор Зимин. ПОДКОМИТЕТ ПО РЕЙТИНГОВОМУ МОНИТОРИНГУ:  
ОБСУЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ GR-СТАНДАРТОВ ..... 85



**АНОНС**

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ .....97

<b>КРУГЛЫЙ стол</b> ТРЕНА В ПОМОЩЬ! .....	6
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Наталья Белякова.</b> БРЕНД КАК ТРАНСЛЯТОР ЦЕННОСТЕЙ .....	19
<b>Александр Филимонов.</b> ИЗ ЗАПИСОК ПРАКТИКА: КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА .....	22
<b>ИНСТРУМЕНТАРИЙ</b> <b>Газиз Юсупов.</b> КАК ИДЕАЛЬНО ПРОВАЛИТЬ ПРЕСС-РЕЛИЗ .....	26
<b>Андрей Рунов.</b> РЕКЛАМА В ГЕРЦАХ .....	29
<b>Евгения Демидова.</b> ПРАВИЛЬНОЕ PR-ВИДЕО .....	32
<b>ЮБИЛЕЙ</b> ОБРАТНЫЙ ОТСЧЕТ: 2006 ГОД .....	36
<b>ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА</b> <b>АЛЕКСЕЙ ЕРШОВ:</b> «ВСЕ МЫ ПЫТАЕМСЯ ЗАВЛАДЕТЬ ВРЕМЕНЕМ ЛЮДЕЙ, КОТОРОЕ ОНИ ОТВЕЛИ НА ДОСУГ» .....	54
<b>ЛУЧШИЙ PR-ПРОЕКТ В БИЗНЕСЕ: ВЫСТАВКА ИНСТРУКЦИЙ ПО БЕЗОПАСНОСТИ</b> .....	58
<b>ОПЫТ</b> <b>SMM BATTLE</b> ОТ «ОДНОКЛАССНИКОВ» .....	59
<b>Арам Даниелян.</b> АХЕ: УЛЕТИ ПАРНЕМ, ВЕРНИСЬ ГЕРОЕМ! .....	65
<b>PR-БИБЛИОТЕКА</b> <b>О. Матвейнев, Д. Гусев, С. Чертков, Р. Хазеев.</b> 12 ПРИМЕРОВ РЕШЕНИЯ ПРОБАЕМ .....	69
<b>ИСТОРИЯ</b> <b>Александр Игнатенко.</b> ИЗ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ КОММУНИКАЦИЙ: КИНОРЫНОК И КИНОРЕКЛАМА В РОССИИ В 1915 ГОДУ .....	80
<b>IR - СВЯЗИ С ИНВЕСТОРАМИ</b> <b>Виктор Зимин.</b> КОМИТЕТ НП «АРФИ» ПО АТТЕСТАЦИИ: ОБСУЖДЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ IR-СТАНДАРТОВ .....	87
<b>АНОНС</b> ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ .....	97

**КРУГЛЫЙ стол**

**ЖИВ ЛИ КЛАССИЧЕСКИЙ PR ИЛИ ОН ВЕСЬ РАСТВОРИЛСЯ В СОЦСЕТЯХ И КРЕАТИВЕ? .....** 6

**КОЛЛЕГИ**

**ЕЛЕНА КОХАНОВСКАЯ: «КОМПАНИИ МОГУТ СОЗДАВАТЬ СВОИ СОБСТВЕННЫЕ! МЕДИА ДЛЯ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ» .....** 15  
**ЯНА АЛЕКСЕЕВА: «РЕГИОНАЛЬНОГО PR НЕТ И НИКОГДА НЕ БЫЛО» .....** 19

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

**Газиз Юсупов. ПРЕСС-РЕЛИЗЫ: ДЕТСКАЯ БОЛЕЗНЬ СОЧИНИТЕЛЬСТВА .....** 23

**РЫНОК**

**АНДРЕЙ БАРАННИКОВ: «АКОС ЯВЛЯЕТСЯ ЦЕНТРОМ АКТИВНОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА И ФОРМИРОВАНИЯ ОТРАСЛЕВЫХ СТАНДАРТОВ» .....** 27  
**ТЕНДЕРЫ В РОССИИ: НОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ .....** 31

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

**ВРАЧЕБНЫЙ PR: КИНОТАБЛЕТКА ОТ МЕДИКОВ СУРГУТА .....** 33

**ЮБИЛЕЙ**

**ОБРАТНЫЙ ОТСЧЕТ: 2005 ГОД .....** 38

**ОТРАСЛЕВОЙ PR**

**Ольга Молина. ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА РАБОТОДАТЕЛЯ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ .....** 45  
**ПРОДВИЖЕНИЕ ВНЕ ЗОНЫ КОМФОРТА .....** 49

**ИССЛЕДОВАНИЕ**

**Лилия Глазова, Светлана Зелковская. ИНФОРМАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ НА РЫНКЕ КРЕПКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ .....** 53  
**РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТИ РОССИЙСКИХ СМИ ЗА 1-Й КВАРТАЛ .....** 59

**ТЕОРИЯ**

**Николай Пономарев. ПРОИЗВОДСТВО НОВОСТЕЙ КАК ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА .....** 61

**ИСТОРИЯ**

**Александр Игнатенко. ИЗ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ КОММУНИКАЦИЙ: КИНОРЫНОК И КИНОРЕКЛАМА В РОССИИ В 1915 ГОДУ .....** 65

**IR-СВЯЗИ С ИНВЕТОРАМИ**

**Виктор Зимин. КОМИТЕТ НП «АРФИ» ПО АТТЕСТАЦИИ: ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ IR-СТАНДАРТЫ «НОВОГО ТИПА» .....** 81

**СОБЫТИЯ**

ПОДВЕДЕНЫ ИТОГИ КОНКУРСА «КОРПОРАТИВНЫЙ КАЛЕНДАРЬ - 2013».....	92
NOVOPRSK: КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....	94

**АНОНС**

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ.....	97
---------------------------------	----

**ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА**

ПОБЕДИТЕЛИ «ПРЕСС-СЛУЖБЫ ГОДА - 2012» ВМЕСТЕ ОТПРАЗДНОВАЛИ ТРИУМФ .....	6
20 ЛЕТ ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ ЭКОНОМИКИ: КОНСОЛИДАЦИЯ БРЕНДА .....	16
<b>Виктор Зимин.</b> КОНКУРС «ПРЕСС-СЛУЖБА ГОДА»: ТРИ ЛУЧШИХ GR-ПРОЕКТА .....	27

**ЮБИЛЕЙ**

ОБРАТНЫЙ ОТСЧЕТ: 9 ЛЕТ НАЗАД .....	37
------------------------------------	----

**КРУГЛЫЙ стол**

КОБРЕНДИНГ В PR .....	42
-----------------------	----

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

<b>Наталья Мандрова.</b> В РЕЖИМЕ OFF THE RECORD .....	50
--	----

**КОЛЛЕГИ**

<b>ВЛАДИСЛАВ ШУЛАЕВ:</b> «ОТ АББРЕВИАТУРЫ PR ПОРА ОТКАЗЫВАТЬСЯ» .....	53
---	----

**ОНЛАЙН**

<b>Елена Ашарапова.</b> ОБНЯТЬ И ПЛАКАТЬ, ИЛИ ПОЧЕМУ НЕ РАБОТАЮТ ВАШИ ПРОЕКТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА? .....	58
---	----

**Алексей Могильник.**

DIGITAL-КОММУНИКАЦИИ VS. РЕПУТАЦИОННЫЙ КРИЗИС .....	64
---	----

**РЫНОК**

<b>Людмила Минаева.</b> РЕЙТИНГ ДЛЯ PR-ОБРАЗОВАНИЯ .....	68
--	----

**ТЕОРИЯ**

**Николай Пономарев.**

ПРОИЗВОДСТВО НОВОСТЕЙ КАК ДИСКУРСИВНАЯ ПРАКТИКА .....	71
---	----

**ИСТОРИЯ**

<b>Александр Игнатенко.</b> ИЗ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ КОММУНИКАЦИЙ: КИНОРЫНОК И КИНОРЕКЛАМА В РОССИИ В 1915 ГОДУ .....	77
--	----

**СОБЫТИЕ**

КАЧЕСТВЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА ВЕРНЕТ НАУКЕ УВАЖЕНИЕ И СИЛУ .....	94
--	----

**КРУГЛЫЙ стол**

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СТАНДАРТЫ В СФЕРЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ ..... 6

**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**КИРИЛЛ АЛЕКСАНДРОВ: «PR-ПРОФЕССИИ НУЖНА ЕДИНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
КОНЦЕПЦИЯ» ..... 10Оката Белянская. ПЕРСОНАЛ БРЕНДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ: ГДЕ НАЙТИ  
СТРАТЕГА? ..... 13**УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**Надия Рахманкулова .ПИАРЩИКИ НА ФРИЛАНСЕ ВЛАДИМИР ВИНОГРАДОВ:  
«ПРОБЛЕМА ХОРОШИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СЕЙЧАС АКТУАЛЬНА КАК НИКОГДА» ..... 16

Глеб Дунаевский. УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОТОКОМ ..... 22

**ДОКУМЕНТЫ**МЕМОРАНДУМ РАСО «О СОСТОЯНИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2013 ГОДУ» ..... 27**ИССЛЕДОВАНИЕ**

КСО И КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: СТРАТЕГИИ ИНТЕГРАЦИИ ..... 29

**ОНЛАЙН**

Ирина Черкасова. ЧТО НЕСЕТ КОНВЕРГЕНЦИЯ СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ? ..... 32

Влад Титов. SOCIAL MEDIA 5D - ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИЙ ..... 37

**КОЛЛЕГИ**ЕЛЕНА ЯМЩИКОВА: «УМЕТЬ ИЗВЛЕКАТЬ ВЫГОДУ ИЗ СКЛАДЫВАЮ-  
ЩИХСЯ МЕДИЙНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ - ЭТО И ЕСТЬ КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕ-  
ТЕНЦИИ ПИАРЩИКА» ..... 43**ИНСТРУМЕНТАРИЙ**

Константин Бсфежев, Дарья Ершова. КЛУБНЫЙ ФОРМАТ В2В-КОММУНИКАЦИЙ ..... 48

Марина Ховратович. ЭКСПЕРТНЫЙ КОММЕНТАРИЙ: КАК ОКАЗАТЬСЯ НА  
СТРАНИЦАХ СМИ ..... 53**КОЛЛЕГИ**

ИЛЬЯ МУРАТОВ: «PR-АГЕНТСТВА ДОЛЖНЫ СОВЕРШАТЬ ПРОРЫВ» ..... 57

**ИССЛЕДОВАНИЕ**

ВЕДУЩИЕ БАНКИ РОССИИ УВЕЛИЧИЛИ КОЛИЧЕСТВО УПОМИНАНИЙ В СМИ ..... 60

**ОПЫТ**

«РОДНИКИ РОССИИ»: PR НА БЛАГО ЭКОЛОГИИ ..... 62

**КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ**

Наталья Муравьева. РУБРИКАТОР: ОН КАК БЫ ЕСТЬ И ЕГО КАК БЫ НЕТ ..... 68

Светлана Логачева. НАСЛЕДИЕ МНОГОТИРАЖЕК ..... 78

## **ИСТОРИЯ**

**Александр Игнатенко.**

ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА ЗУБОВРАЧЕБНЫХ КАБИНЕТОВ В СЕРЕДИНЕ XIX ВЕКА..... 82

## **СОБЫТИЯ**

«СЕРЕБРЯНЫЙ ЛУЧНИК» ОБЪЯВИЛ ПОБЕДИТЕЛЕЙ-2012..... 94

<b>КРУГЛЫЙ стол</b> <b>ТРЕНДЫ КОРПОРАТИВОВ</b> .....	6
<b>КОРПОРАТИВНЫЕ СМИ</b> <b>Мария Пономарева. НОВЫЕ «ФИШКИ» В КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА</b> .....	15
<b>Светлана Новаторова. КОРПОРАТИВНОЕ РАДИОВЕЩАНИЕ: СТАРЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОММУНИКАЦИЙ В НОВОЙ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ</b> .....	20
<b>Наталья Муравьева. РУБРИКАТОР: ОН КАК БЫ ЕСТЬ И ЕГО КАК БЫ НЕТ</b> .....	23
<b>ВНУТРЕННИЙ PR</b> <b>Анна Несмеева. ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ - ФОРМАЛЬНАЯ СТОРОНА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ</b> .....	29
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Елена Фадеева. ПРОБЛЕМАТИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КСО В РОССИИ</b> .....	38
<b>Алиса Попова. СУДЕБНЫЙ PR КАК СПОСОБ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ИСХОД СУДЕБНОГО РЕШЕНИЯ</b> .....	41
<b>КОЛЛЕГИ</b> <b>АЛЕКСАНДР ФИЛИМОНОВ: «РАБОТА В PR - ЭТО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ НАВЫК»</b> .....	50
<b>ЯНИНА ДУБЕЙКОВСКАЯ: «PR-ПРОФЕССИЯ - ЭТО УДАЧА И МИССИЯ»</b> .....	56
<b>ИНСТРУМЕНТАРИЙ</b> <b>Марина Левина. ПЕРФОРМАНС-ИНДИКАТОРЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ</b> .....	60
<b>РЫНОК</b> <b>Оксана Беляжкая. БРЕНДИНГ БУДЕТ ТЯНУТЬСЯ К НАУКАМ</b> .....	63
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Андрей Коженков. СИТУАТИВНЫЕ КРИЗИСЫ: ПРОФИЛАКТИКА И ЛЕЧЕНИЕ</b> .....	66
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b> <b>ВЗГЛЯД НА PR-РЫНОК</b> .....	69
<b>ИСТОРИЯ</b> <b>Александр Игнатенко. ИЗ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ КОММУНИКАЦИЙ: РЕКЛАМА В ГАЗЕТАХ НАЧАЛА XIX ВЕКА</b> .....	81
<b>IR - СВЯЗИ С ИНВЕТОРАМИ</b> <b>Виктор Зимин. РАЗВИТИЕ IR-ПРОФЕССИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СИСТЕМА КОМПЕТЕНЦИЙ И КВАЛИФИКАЦИЙ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КЛИРИНГИ ПРОФЕССИОГРАММА</b> .....	86



<b>КРУГЛЫЙ стол</b> <b>КОНТЕНТ ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ .....</b>	<b>6</b>
<b>ОНЛАЙН</b> <b>Алексей Шульгин. ЭПОХА РУССКОЯЗЫЧНОГО FACE BOOK .....</b>	<b>17</b>
<b>Ирина Черкасова.ХОЛИВАРЫ ОТ ТРОЛЛЕЙ .....</b>	<b>21</b>
<b>Марина Демина. ЛУЧШИЕ SMM-КАМПАНИИ 2012 Г.....</b>	<b>26</b>
<b>УПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ</b> <b>Оксана Белянская. ХОРОШИЙ БРЕНД - ЭТО ПРЕДСКАЗАНИЕ БУДУЩЕГО .....</b>	<b>31</b>
<b>Анна Мальгина. УСПЕХ КОММУНИКАЦИЙ - В ПРАВИЛЬНОМ ВЫБОРЕ МЕДИАКАНАЛОВУПРАВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ.....</b>	<b>34</b>
<b>Мария Глазкова, Федор Кравченко</b> <b>ГЛАВНЫЙ ВРАГ ПРЕСС-СЛУЖБЫ - СТРАХ, ЧТО НЕ ПОЛУЧИТСЯ НАКАЗАТЬ СМИ .....</b>	<b>38</b>
<b>ИНСТРУМЕНТАРИЙ</b> <b>НОВЫЙ СТАНДАРТ РЕПУТАЦИОННОГО АУДИТА.....</b>	<b>43</b>
<b>ВНУТРЕННИЙ PR</b> <b>Илья Стернин. КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО. ИТОГИ 2012 ГОДА .....</b>	<b>49</b>
<b>ИССЛЕДОВАНИЕ</b> <b>СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ДЛЯ РОССИЙСКИХ БАНКОВ .....</b>	<b>62</b>
<b>ТЕНДЕРНАЯ ПОЛИТИКА: ИССЛЕДОВАНИЕ АКOC.....</b>	<b>64</b>
<b>РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТИ РОССИЙСКИХ СМИ ЗА 4-Й КВАРТАЛ 2012 Г.....</b>	<b>67</b>
<b>ИСТОРИЯ</b> <b>Александр Игнатенко. ИЗ РОССИЙСКОЙ ИСТОРИИ КОММУНИКАЦИЙ: РЕКЛАМА В ГАЗЕТАХ НАЧАЛА XIX ВЕКА .....</b>	<b>71</b>
<b>IR - СВЯЗИ С ИНВЕСТОРАМИ</b> <b>Виктор Зимин, Ольга Ринк. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ IR-СООБЩЕСТВА .....</b>	<b>86</b>