

Оглавление

Предисловие	7
ГЛАВА 1. Казахстан: обзор рынка PR и его особенностей.	9
ГЛАВА 2. Кыргызстан: обзор рынка PR и его особенностей.	27
ГЛАВА 3. Узбекистан: обзор рынка PR и его особенностей	45
ГЛАВА 4. Таджикистан: обзор рынка PR и его особенностей	61
ГЛАВА 5. Монголия: обзор рынка PR и его особенностей	75
ГЛАВА 6. Развенчивание мифов: чем должен и не должен заниматься пиарщик, хотя и очень просят	87
ГЛАВА 7. Отношение к PR-специалисту и восприятие его в локальных и международных компаниях.	103
ГЛАВА 8. Выстраивание отношений со СМИ. Результаты исследования, проведенного автором, и их практическое применение	113
ГЛАВА 9. Внутренние коммуникации: от охранника до руководителя	127
ГЛАВА 10. Взаимодействие с агентствами – PR, креативными, рекламными, медийными, SMM и др.	139
ГЛАВА 11. Коммерческие предложения: почему они в 99 % случаев получают отказ бренда	153
ГЛАВА 12. PR-эффективность: как измерить неизмеримое.	177
Вместо заключения	188
Сведения об авторе	190