

PR menejmenti

1. PRni aniqlashning asosiy yondashuvlari
2. Boshqaruv tizimida PR
3. PR faoliyatining maqsadi, vazifalari va tamoyillari
4. Zamonaviy menejment va biznesda PRdan foydalanish
5. PR faoliyatining yo'nalishlari va PR xizmatining funktsiyalari
6. PR faoliyatining asosiy bosqichlari
7. PR xizmatining tuzilishi va xususiyatlari
8. PR xizmati ishini tashkil etish va boshqarish
9. PR ning maqsadli guruhlar
10. PR xizmati va menejer o'rtasidagi o'zaro munosabatlar
11. PR xizmati va tashkilotning boshqa bo'limlari o'rtasidagi munosabatlar
12. PR xizmatining tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri
13. PR texnologiyalarining aloqa modeli
14. Aloqa turlari
15. Tashqi aloqa uchun ma'lumotlar bazasi
16. Ichki aloqalar
17. Imidj va Imidj xususiyatlari
18. Imidj komponentlari
19. Imidjga asosiy yondashuvlar
20. A.N. Chumikovning korporativ imidji
21. Korporativ imidjning mohiyati
22. Korxona imidjini shakllantirishning asosiy vositalari
23. Tashkilot uchun korporativ identifikatsiyani yaratish.
24. Rahbar imidji tusnunchasi va tarkibiy qismlari
25. Ijobiy imidjni shakllantirish bosqichlari
26. Ijobiy imidj yaratish texnologiyasi
27. Ishbilarmonlik odob-axloq qoidalari
28. Maxsus tadbirlar PR vositasi sifatida
29. Maxsus tadbirlar turlari
30. Maxsus tadbirlar uchun qoidalar
31. Ommaviy axborot vositalari bilan aloqalar
32. Xabar strategiyalari va PR xabarlar shakllari qachon rag'batlantirish
33. PR xabarlarini tarqatish kanallari
34. PR-xabarni qabul qilishning o'ziga xos xususiyatlari va PR to'siqlari
35. kommunikatsiyalar
36. Media ma'lumotlar bazasini yaratish
37. PR texnologiyalarining uziga xos xususiyatlari va mezonlari
38. PR texnologiyasining rivojlanish bosqichlari
39. PR texnologiyalarining tasnifi
40. Protessual texnologiyalar: yordam va vositachilik
41. Oshkoralikning afzalliklari va kamchiliklari
42. PR maqsadlari uchun menejment

- 43.PR kontseptsiyasini ishlab chiqish
- 44.PR kampaniyasini rejalashtirish bosqichlari
- 45.Umumiy aloqa rejasini ishlab chiqish bosqichlari
- 46.Kommunikativ kompetentsiyaga qo'yiladigan talablar
- 47.Moliyalashtirishning asosiy xususiyatlari
- 48.PR byudjetini tuzish usullari
- 49.PR kampaniyasidan olingan daromad ko'rsatkichlari
- 50.Moliyalashdagi risklarning asosiy turlari
- 51.PR xizmati hisoboti uchun asosiy hujjatlar
- 52.Aloqa dasturiga qo'yiladigan asosiy talablar
- 53.Tadqiqot hisoboti
- 54.PR-mahsulotlarni chiqarish rejasi
- 55.Joriy ishlar bo'yicha hisobotlar, PR faoliyati natijalarini baholash, PR texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha hisobot-tahlil
- 56.PR xizmati samaradorligi tushunchasi
- 57.PR faoliyati samaradorligini tahlil qilish parametrlari
- 58.PR xizmati samaradorligini baholash usullari
- 59.PR-loyihalarning samaradorlik ko'rsatkichlari
- 60.PR faoliyati samaradorligini baholash komponentlari
- 61.PR faoliyati kontekstidagi inqirozlarning mohiyati va parametrlari
- 62.PRdagi inqiroz turlari
- 63.Inqirozning diagnostikasi
- 64.Inqiroz davrida axborotdan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlari
- 65.Inqirozli vaziyatlarning oldini olish uchun muammolarni boshqarish
- 66.Inqiroz davridagi boshqaruv
- 67.PR xizmati va tashkilotning boshqa bo'limlari o'rtasidagi munosabatlar
- 68.PR xizmatining tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri
- 69.PR texnologiyalarining aloqa modeli
- 70.Aloqa turlari
- 71.Tashqi aloqa uchun ma'lumotlar bazasi
- 72.Ichki aloqalar
- 73.Imidj va imidj xususiyatlari
- 74.Imidj komponentlari
- 75.PR texnologiyalarining úziga xos xususiyatlari va mezonlari
- 76.PR texnologiyasining rivojlanish bosqichlari
- 77.PR texnologiyalarining tasnifi
- 78.Protsessual texnologiyalar: yordam va vositachilik
- 79.Oshkoralikning afzalliklari va kamchiliklari
- 80.PR maqsadlari uchun menejment
- 81.PR kontseptsiyasini ishlab chiqish
- 82.PR kampaniyasini rejalashtirish bosqichlari
- 83.Umumiy aloqa rejasini ishlab chiqish bosqichlari
- 84.Boshqaruv tizimida PR
- 85.PR faoliyatining maqsadi, vazifalari va tamoyillari
- 86.Zamonaviy menejment va biznesda PRdan foydalanish

- 87.PR faoliyatining yo'nalishlari va PR xizmatining funktsiyalari
- 88.PR faoliyatining asosiy bosqichlari
- 89.PR xizmatining tuzilishi va xususiyatlari
- 90.PR xizmati ishini tashkil etish va boshqarish
- 91.PR ning maqsadli guruhlar
- 92.PR xizmati va menejer o'rtasidagi o'zaro munosabatlar
- 93.PR xizmati va tashkilotning boshqa bo'limlari o'rtasidagi munosabatlar
- 94.PR xizmatining tashqi muhit bilan o'zaro ta'siri
- 95.PR texnologiyalarining aloqa modeli
- 96.Aloqa turlari
- 97.Tashqi aloqa uchun ma'lumotlar bazasi
- 98.Ichki aloqalar
- 99.Imidj va imidj xususiyatlari
100. Maxsus tadbirlar turlari