

Оксана Тодорова

# **PR в цифровую эру** **Искусство коммуникаций**

*Эта книга принадлежит:*

---

ББК 65.597.6-32  
Т 506  
УДК 332.122;655.413:050

T4502040000  
2012

**Тодорова О. В.**  
**Т 506 PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций.** —  
Киев: Huss, 2012. — 240 с.: цв.ил., табл.

ISBN XXX XXXX XX X

Книга погружает читателя в мир современных возможностей продвижения. Автор в ярких красках описывает смену парадигмы PR-коммуникаций под влиянием новейших технологий.

Широко освещены аспекты малобюджетного «паблик рилейшнз», основанного на интеллектуальном лидерстве, собраны новаторские концепции и теории, которые помогут вам взглянуть на классическую практику PR под новым углом.

Особая ценность книги — актуальные примеры из практики, озвученные представителями лидеров украинского бизнеса различных отраслей. «Гостевые разделы» книги посвящены спиральной динамике, трендам в оформлении сайтов, визуализации идей и образов.

Этой книгой автор стремится побудить читателей на написание собственных живописных полотен убедительных и эффективных коммуникаций.

Книга будет полезна широкой аудитории, включающей в себя: собственников и топ-менеджеров современных компаний, которые задумались над проблемой управления информационными потоками в компании; руководителям PR- и HR-отделов; менеджерам по маркетинговым коммуникациям, маркетинг-менеджерам; а также студентам вузов, которые уже сегодня планируют свою успешную карьеру в бизнесе.

**ББК 65.597.6-32**  
**УДК 332.122;655.413:050**

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав.

ISBN XXX XXXX XX X

© Оксана Тодорова, 2012

# Содержание

<b>ВСТУПЛЕНИЕ</b>	<b>5</b>
<b>1. ЭВОЛЮЦИЯ PR: ОТ ФОРМАТА 1.0 — К МОДЕЛИ 3.0</b>	<b>7</b>
Смена парадигмы пиар-коммуникаций компании в цифровую эру	
<b>2. КТО ЭТИ ЛЮДИ?</b>	<b>19</b>
На кого направлены наши PR-коммуникации в интернете? Мифы о пользователей интернета и реальность. Аудитория в цифрах и лицах	
<b>3. ИНТЕРНЕТ СМИ – критерии идентификации, функции, место в сложной коммуникативной сетевой среде. Основные каналы PR-коммуникаций компании в интернете. Как не заблудиться в новой медийной среде?</b>	<b>27</b>
<b>4. ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛИ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА</b>	<b>37</b>
Почему СМИ «теряют лицо»? Как работает вирусный редактор новостей? Новые принципы альтернативной интернет-журналистики, возможности для коммуникаций бизнеса	
<b>5. СМЕРТЬ ПРЕСС-РЕЛИЗА</b>	<b>45</b>
и расцвет социальных медиа-релизов (SMR). Особенности и специфика, сходство и отличие	
<b>6. НОВАЯ УПАКОВКА PR-КОНТЕНТА</b>	<b>51</b>
<b>7. ОСТОРОЖНО, МЕДИА-ВИРУСЫ!</b>	<b>64</b>
<b>8. КОММУНИКАЦИИ КОМПАНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. Иллюзии и реальность</b>	<b>77</b>
<b>9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-КОММУНИКАЦИЙ</b>	<b>94</b>
<b>10. ТРЕНДЫ В ДИЗАЙНЕ САЙТОВ</b>	<b>102</b>
<b>11. ИНФОГРАФИКА В КОММУНИКАЦИЯХ</b>	<b>107</b>
<b>12. РАЗНОЦВЕТНЫЕ МИРЫ</b>	<b>121</b>
Популярное введение в «спиральную динамику»	

**ЖИВЫЕ КЕЙСЫ**

<b>«Львовоблэнерго»</b> СВОЙ ПУТЬ В ИННОВАЦИЯХ	138
<b>«ЖАН»</b> КАЧЕСТВО. ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ. ЖАН	149
<b>«АВК»</b> ИСКУССТВО ШОКОЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	161
<b>Бизнес-школа МИМ-Киев</b> ЭНЕРГИЯ ЕДИНСТВА	175
<b>«Следопыт»</b> СЛЕДЫ и ИСТОРИИ	181
Киево-Могиланская Бизнес Школа <b>Innovations.com.ua</b> ПРОЕКТ КИЕВО-МОГИЛЯНСКОЙ БИЗНЕС ШКОЛЫ	188
<b>Huss</b> МЫ СТРОИМ ЭКОСИСТЕМУ!	194
<b>Intel Ukraine</b> ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ КОРПОРАЦИИ INTEL	201
<b>Vaismann</b> ОДЕЖДА, ВДОХНОВЛЯЮЩАЯ НА ТВОРЧЕСТВО	206
<b>Global Spirits</b> ВЫСОКОГРАДУСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ	215
<b>«Мендельсон и сыновья»</b> ПАРАД НЕВЕСТ. БИЗНЕС В СТИЛЕ ШОУ	223
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>	230
<b>ДЛЯ ИНСАЙТОВ</b>	233