

İctimaiyyətlə əlaqələr

Azərbaycan

1. İctimaiyyətlə əlaqələr konsepsiyasına yanaşmalar
2. PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri
3. PR-ın tarixi kökləri
4. KİV-də PR fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətləri
5. PR kampaniyalarında sosioloji xidmətlər və sorğular
6. PR-ın inkişafının ilkin mərhələsinin əsas xüsusiyyətləri
7. KİV-də PR texnologiyalarının tətbiqi formaları və üsulları
8. PR-da «Lobbizm» və «Advocacy» anlayışları
9. PR şöbələrinin və bölmələrinin funksiyaları
10. PR jurnalistika ilə birbaşa bağlı olan peşə kimi
11. Özəl şirkətlərdə PR
12. PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri
13. XX əsrin 80-90-cı illərində PR-da yeni mərhələ
14. PR mütəxəssisi anlayışı
15. KİV-in PR kampaniyaları
16. PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri: geniş ictimaiyyətlə əlaqələr
17. Azərbaycanda PR
18. Kommunikasiya kanallarının seçilməsində əsas prinsiplər
19. PR-ın kommunikasiya kanalları ilə əlaqələr əsasında qurulması
20. PR-ın peşə sahəsi kimi formalaşması və inkişafının sosial, siyasi və iqtisadi səbəbləri
21. PR şöbələrinin və bölmələrinin tərkibi
22. PR mütəxəssisinin mətbuata təqdim etdiyi informasiyanın özəllikləri
23. İnternet və PR
24. İctimaiyyətlə əlaqələrin sosial funksiyaları
25. PR-da təqdimatların keçirilməsi formaları
26. PR auditoriyası: «daxili» və «xarici» auditoriyalar
27. Dövlət institutlarında PR
28. «Daxili» və «xarici» auditoriyalar arasındakı fərqlər

- 29.İctimaiyyətlə əlaqələrin qurulmasında elektron KİV-in rolu
- 30.PR termininin meydana gəlməsi
- 31.PR-ı marketinqə tabe edən konsepsiya. Filipp Kotler. Sem Blek
- 32.PR mütəxəssisinin informasiya ilə iş prinsipləri
- 33.KİV-də PR fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətləri: KİV-in kommunikasiya məqsədləri
- 34.PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri
- 35.XIX –XX əsrin ilk əvvəllərində PR. Ayvi Li
- 36.PR-ın reklam və marketinqdən fərqli xüsusiyyətləri
- 37.PR-menecer anlayışı.
- 38.PR menecerin vəzifələri və funksiyaları
- 39.PR-ın tədrisi tarixi
- 40.KİV-də PR fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətləri: KİV-nin imicinin maddi «dəyəri»
- 41.PR-ın jurnalistika ilə oxşar və fərqli cəhətləri
- 42.KİV-də PR fəaliyyətinin spesifik xüsusiyyətləri: Düzgün strategiya anlayışı
- 43.Soyuq müharibə dönməndə PR elementləri və texnologiyalarının tətbiqi
- 44.PR – ictimai rəyə kütləvi təsir vasitəsi kimi
- 45.SSRİ-də «pablik rileyşnz»
- 46.PR və KİV
- 47.KİV-in imici, KİV-in imicinə təsir edən amillər
- 48.Mətbuat bülletenləri - KİV-də PR texnologiyalarının tətbiqi forması kimi
- 49.XX əsrin ortalarında PR
- 50.PR jurnalistika ilə birbaşa bağlı olan peşə kimi
- 51.XX əsrin əvvəllərində müasir PR-ın formalaşması
- 52.PR mütəxəssisinin əsas vəzifələri
- 53.PR-ın tarixi
- 54.Forum və bloqlarda PR
- 55.PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri: dövlət qurumları ilə əlaqlər
- 56.Mətbuat konfransı - KİV-də PR texnologiyalarının tətbiqi forması kimi
- 57.KİV-lə kommersiya təşkilatının PR kampaniyası arasındakı fərqlər
- 58.PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri: təşkilatdaxili əlaqələr

59.Çıxışlar və müsahibələr - KİV-də PR texnologiyalarının tətbiqi forması kimi

60.PR nəzəriyyəsində ictimaiyyətlə əlaqənin mərhələləri: maraqlı dairələrlə (vacib auditoriyalarla) əlaqələr

61.Məqalələr - KİV-də PR texnologiyalarının tətbiqi forması kimi