

INNHold

DRESSMANN SJEKKER DAMER

s. 9

PR og troverdighet * flernasjonale kampanjer * humor i PR * konkurranser som PR-verktøy * spørreundersøkelser som PR-verktøy * «regionalisering» av saker * pressemelding og faktaark * illustrasjoners betydning i PR-arbeidet * kjendiser i PR * NTB * innsalgspromatikk

LEGEMIDDEL PÅ CATWALKEN

s. 31

Helse- og legemiddel-PR * produktlansering * briefing * idédukt og kreative prosesser * livsstilsjournalistikk og nye PR-muligheter * kjendiser i PR * pressemappe * budskapsutvikling * pressekonferanse som PR-verktøy * bruk av fagekspert * invitasjon til pressearrangementer * oppfølging av innspill mot mediene * sponsing og PR

GRESK RETORIKK OG PR FOR SOGN VIDEREGÅENDE

s. 53

PR-rådgiveres bidrag * betydningen av en god brief * retorikk som mal i PR-arbeidet * faktainformasjon som PR-verktøy * emosjonalisering av saker * journalisters vinklingsvalg * humor i PR * event som PR-verktøy * medietrening * budskapsformulering * spørsmål og svar-ark

MAT, HÅP OG PR PÅ MENYEN

s. 73

Samarbeid med humanitære organisasjoner * kvantitative PR-mål * vinklingsrisiko * valg av samarbeidspartner * interninformasjon * mediens uforutsigbarhet * konkurranse som PR-verktøy * eget nettsted som PR-verktøy * lokalaviser * omtale i nettmedier

SNUBLETRÅD FOR NORSK UNGDOM

s. 95

PR for humanitære organisasjoner * valg av PR-byrå * forankring av dristige PR-tiltak * ungdom som målgruppe * handlingsalternativ i PR-kampanjer * event-PR * skjult teater * eget nettsted som PR-verktøy * pressemelding * utnyttelse av sakers og temaers aktualitet * lokale og regionale medier * eksklusivitetstrep

HAR DU EN HUND RUNDT HALSEN?

s. 123

Idealistiske organisasjoner og PR * tilpasning av en internasjonal sak til norske forhold * innspill mot tv-redaksjoner * risikoen ved eksklusive innspill * bruk av eget nettsted i PR-arbeidet * utsendelse av pressemeldinger * press mot politikere og myndigheter

- NÅR PR MÅ BYGGES MED FÅ KLOSSER** s. 147
PR med varighet * konseptualisering i PR-arbeidet * kilders rettighetssituasjon * kreative prosesser * forankring av dristige PR-tiltak * barn i PR * fysiske elementer som PR-verktøy * konkurranse som PR-verktøy * måling og verdianslag av medieomtale * skandinavisk PR
- STRINGTRUSETTHET OG PYJAMASSPREDNING** s. 165
Sesongorienterte medier * sommervikarer i mediene * personlige pressekontakter * interne søk etter mediale saker * tabloidjournalistikk og tabloidisering av saker * pressemelding som PR-verktøy * lokale og regionale medier * regionalisering av saker
- NASJONALDAG FOR NASJONALRETT** s. 181
Generisk PR * bransjeorganisasjoner * samarbeid mellom PR- og reklamebyrå * venneforening som markedsføringsgrep * bruk av eget nettsted i PR-arbeidet * priser og rekordforsøk * alliansepartnere i PR-arbeidet * digitale pressemapper * nett-tv
- ROSA NEGLER MOT TRAFFICKING** s. 205
Sponsing/støtte til idealistiske organisasjoner * kjendiser i PR * ukeblad og magasiner * innspill mot produktnytt-spaltene * eksklusivitetsegret * oppstyking av saker * fagkonferanse * tilsvarsrett når du blir angrepet i pressen * verdianslag på presseomtale
- DA VALDRES BLE KJÆRLIGHETSBYGDA** s. 233
Reiselivsmarkedsføring og merkevarebygging * idédugnad * differensiering som markedsføringsgrep * tabloidjournalistikk * samlivsstoff og «gladsaker» * lokalavisjournalistikk * konfliktvinkling * vinkling av innspill mot mediene
- STIKKORDREGISTER** s. 259