

Содержание

Список рисунков	7
Список таблиц	8
Введение	9
1 Паблик релейшнз как понятие	10
1.1 Паблик релейшнз и имидж	10
1.2 Паблик релейшнз и государственное управление	11
2 Место паблик релейшнз в организациях	12
2.1 Искажение представлений	13
2.2 Разработка стратегии	15
3 Определение паблик релейшнз	18
3.1 Близкая деятельность	21
3.2 Пресс-посредничество	21
3.3 Продвижение (промоушн)	21
3.4 Общественные дела	22
3.5 Паблисити	22
3.6 Реклама	23
3.7 Торговля	24
3.8 Принципы и функции	24
4 Функции	26
4.1 Социальный институт	27
4.2 Образование специалистов	29
4.3 Истоки	30
5 История	31
5.1 Уроки истории	32
5.2 Зарождение профессии	34
5.3 Борьба за конституцию США	35
5.4 Паблик релейшнз в США	36
5.5 Фундамент современной системы	38
5.6 Первые фирмы	40
6 Публичное управление Словакии	44
6.1 Система публичного управления в Словакии	44
6.1.1 Реформа административного управления	44
6.1.2 Публичное управление	45

6.1.3	Административно -территориальное деление.....	45
6.1.4	Органы центральной государственной власти	46
6.1.5	Понятие муниципальной власти, ее формы и виды	47
6.2	<i>Оценка эффективности органов самоуправления</i>	52
6.2.1	Некоторые краткие замечания по анализу охвата данных	52
6.2.2	Порядок пробоя измеримых показателей для входов и выходов	56
6.2.3	Список программ в программных бюджетах органов самоуправления	59
6.3	<i>Управление персоналом в области государственного управления</i>	61
6.3.1	Важность управления человеческими ресурсами в организациях.....	62
6.3.2	Значение менеджмента человеческих ресурсов в органах управления	63
6.3.3	Ограничения по управлению человеческими ресурсами	63
6.3.4	Выводы.....	64
7	Некоторые проблемы органов местного самоуправления и пути их решения	64
7.1	<i>Некоторые проблемы рынка труда и пути их решения.....</i>	64
7.1.1	Некоторые недостатки программ занятости	65
7.1.2	Пути улучшения ситуации на рынке труда.....	66
7.1.3	Информационные технологии – возможности для повышения занятости	69
7.1.4	Выводы.....	70
7.2	<i>Smart потребители – форма повышения качества энергоснабжения</i>	70
7.2.1	Смарт потребители их свойства и разделение	70
7.2.2	Процесс управления	73
7.2.3	Выводы.....	75
7.3	<i>улучшение энергоснабжения регионов с применением ВИЭ</i>	75
7.3.1	Тепловая энергия – совместный вид энергии из ВИЭ	76
7.3.2	Какое оборудование применить для извлечения энергии	78
7.3.3	Выводы.....	79
8	Роль межкультурной коммуникации в многополярном мире.	80
8.1	<i>Введение</i>	80
8.2	<i>Межкультурная коммуникация в многополярном мире.</i>	82
8.3	<i>Сфера бизнес-коммуникаций. Коммуникативное поведение на деловых переговорах.</i>	85
8.4	<i>Информация о языке:.....</i>	85
8.5	<i>Выводы</i>	86
	Использованная литература.....	88
	Авторы	92

СПИСОК РИСУНКОВ

Рис. 1	Схема коммуникации.....	11
Рис. 2	Коммуникация с точки зрения теории информации.....	16
Рис. 3	Описание программного обеспечения	55
Рис. 4	Программное составление бюджета.....	57
Рис. 5	Объединение измеряемых показателей.....	58
Рис. 6	Биоустановка на ферме	67
Рис. 7	Комплексное использование биоотходов	69
Рис. 8	Сайт магазина биопродукции.....	69
Рис. 9	Соединение интернет магазинов нескольких микрорайонов	70
Рис. 10	Способ классификации смарт потребителей	71
Рис. 11	Изменение состояния потребителя.....	72
Рис. 12	Энергия необходимая для управления системой	72
Рис. 13	Изменение режима состояния потребителя.....	72
Рис. 14	Режим повышения или понижения потребления энергии	73
Рис. 15	Общее количество энергии.....	73
Рис. 16	Определение допустимого интервала	73
Рис. 17	Вероятность возникновения состояния данного значения	74
Рис. 18	Распределение энергии солнца и ветра.....	76
Рис. 19	Распределение потребностей энергии дома	76
Рис. 20	Ветреная установка для дома	77
Рис. 21	Возможности использования установок разной мощности	79
Рис. 22	Система использования ВИЭ	79

СПРИСОК ТАБЛИЦ

Таб. 1	ПР в системе маркетинговых коммуникаций.....	15
Таб. 2	Вход и выход для модели DEA	53
Таб. 3	Описание параметров бюджета	58
Таб. 4	Размещение программ для отдельных органов самоуправления	59
Таб. 5	Выбер показателей	60
Таб. 6	Количество людей для одной установки	68