

คู่มือ การประชาสัมพันธ์ ยุคดิจิทัล

ของสมาคมการจัดการแห่งสหรัฐอเมริกา

The AMA™ Handbook of Public Relations
Leveraging PR in the Digital World

โดย
Robert L. Dilenschneider

แปล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วริษฐ์ คุรุจิต

คู่มือการประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์
สำหรับนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องก้าวทันโลกยุคดิจิทัล
คำนิยมโดย นายกลสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย

สารบัญ

คำนิยาม	3
คำนำ	6
บทนำ	13

ส่วนที่หนึ่ง สิ่งที่ต้องมีสำหรับการสื่อสารดิจิทัล **23**

บทที่ 1 เว็บไซต์	27
บทที่ 2 บล็อกและโมโครบล็อก	39
บทที่ 3 การตรวจตราอินเทอร์เน็ต	49
บทที่ 4 การวัดประเมินผล - ทำไม อะไร และอย่างไร	59
บทที่ 5 ความเสี่ยงและความปลอดภัยของอินเทอร์เน็ต	69

ส่วนที่สอง เข้าถึงผู้คน **79**

บทที่ 6 สื่อมวลชนสัมพันธ์	83
บทที่ 7 สื่อธุรกิจ	99
บทที่ 8 การสื่อสารองค์กร	107
บทที่ 9 การจัดการข่าวสื่อ	119
บทที่ 10 การสื่อสารในภาวะวิกฤต	129

ส่วนที่สาม การประชาสัมพันธ์ในภาพกว้าง **139**

บทที่ 11 การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐ	141
บทที่ 12 การเดินทางและท่องเที่ยว	155
บทที่ 13 นักลงทุนสัมพันธ์	163
บทที่ 14 รายงานประจำปี	179

ส่วนที่สี่ ทำให้เป็นจริง	187
บทที่ 15 คำปราศรัยที่เป็นเอกลักษณ์	189
บทที่ 16 การนำเสนอ	199
บทที่ 17 การพูด - ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ	211
บทที่ 18 การสื่อสารที่ลงชื่อพูเซี่ยน - ในสื่อทุกประเภท	225
บทที่ 19 การวิจัยตลาด	237
บทส่งท้าย	249
เกี่ยวกับพูเซี่ยน	251