
Inhaltsverzeichnis

1 PR-Wissenschaft: Methodologie in Sicht?	1
1.1 Corporate Communication vs. Corporate Communications (Singular/Plural)?	2
Jan Lies	
1.2 Methodologien, Methodik und Methoden der PR	4
Jan Lies	
1.3 Old School vs. New School der Public Relations	12
Jan Lies	
Literatur	19
2 PR-treibende Institutionen	21
2.1 Berufsorganisationen der Public Relations	21
Michael Kleinjohann	
2.2 PR-Agenturen	25
Jan Lies	
2.3 PR-Agentur – Pitch: Agenturauswahl	30
Jan Lies	
Literatur	37
3 PR-Geschichte	39
3.1 Propaganda	40
Christina Vaih-Baur	
3.2 Leistungen der PR-Geschichtsforschung	44
Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
3.3 PR-Geschichte – das Schichtenmodell	52
Jan Lies	
Literatur	56
4 Basisstrukturen und -prozesse der PR	59
4.1 Beziehungen	60
Jan Lies	

4.2	Kommunikation	72
	Jan Lies	
4.3	Kommunikation – und Dialog	75
	Jan Lies	
4.4	Kommunikation – und Handlung	80
	Jan Lies	
4.5	Öffentlichkeit, Teilöffentlichkeit, Zielgruppe	86
	Jan Lies	
	Literatur	96
5	Basiswissenschaften der PR	99
5.1	Ziel der Identifikation von PR-Basiswissenschaften	100
	Jan Lies	
5.2	Kernthemen und -argumente der Basiswissenschaften	100
	Jan Lies	
5.3	Fazit: PR als wissenschaftsübergreifendes Phänomen	103
	Jan Lies	
5.4	Basiswissenschaften der PR: Wirtschaftswissenschaften	103
	Jan Lies	
5.5	Basiswissenschaften der PR: Politikwissenschaft	111
	Jan Lies	
5.6	Basiswissenschaften der PR: Kommunikationswissenschaften	115
	Jan Lies	
5.7	Basiswissenschaften der PR: Psychologie	120
	Jan Lies	
5.8	Basiswissenschaften der PR: Soziologie	133
	Jan Lies	
5.9	Basiswissenschaften der PR: Kulturwissenschaften	141
	Jan Lies	
5.10	Basiswissenschaften der PR: Didaktik	147
	Jan Lies	
	Literatur	153
6	PR-Theorien	157
6.1	Was leisten PR-Theorien?	159
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.2	Strukturierung der Theorien	160
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.3	Die zwei Schwerpunkte der theoretischen PR-Diskussion	161
	Jan Lies und Christina Vaih-Baur	
6.4	PR-Theorien: Funktionalistische Ansätze	162
	Jan Lies, Christina Vaih-Baur und Dejan Verčič	

6.5	PR-Theorien: Normative Ansätze	180
	Jan Lies	
6.6	PR-Theorien: Systemtheorien	210
	Jan Lies, Christina Vaih-Baur und Dejan Verčič	
6.7	System-funktionalistische Theorien	264
	Jan Lies	
	Literatur	282
7	Wirkungsdimensionen der PR	287
7.1	Image – und Reputation	288
	Jan Lies und Falk Tennert	
7.2	Compliance-Kommunikation	294
	Lars Rademacher	
7.3	Reputationsmanagement und Reputationsmodelle	304
	Falk Tennert	
7.4	Macht und Public Relations	314
	Jan Lies	
7.5	Vertrauen und Public Relations	322
	Volker Eickenberg, Jan Lies und Andreas Schelske	
	Literatur	344
8	Bewertung von PR	349
8.1	Kommunikationsziele	350
	Jan Lies	
8.2	Qualität des PR-Managements	360
	Christian Schicha	
8.3	Evaluation – Balanced Scorecard und Key Performance Indicators (KPI)	368
	Jan Lies	
8.4	Evaluation – Controlling	375
	Jan Lies	
8.5	Evaluation – Output, Outgrowth, Outcome, Outflow	379
	Jan Lies und Falk Tennert	
8.6	Medienresonanzanalyse	384
	Falk Tennert	
8.7	Evaluation – Unternehmensrealität, Messbarkeit und Durchsetzbarkeit ...	396
	Jan Lies	
	Literatur	402
9	PR-Defekte und Konfliktlinien	405
9.1	Lüge – Public Relations und Werbung	406
	Jan Lies	

9.2 Gerüchte und Public Relations	412
Jan Lies und Ralf Spiller	
9.3 Journalismus – Determinationsthese	418
Jan Lies	
9.4 Journalismus – Intereffikationsmodell	424
Jan Lies	
Literatur	426
10 PR-Recht	429
10.1 Medienordnung	430
Michael Kleinjohann	
10.2 Medienordnung – Presserecht und Rechtsanforderungen	436
Jan Lies	
10.3 PR-Recht	439
Ralf Spiller	
Literatur	442
Der Herausgeber	443
Die Autoren	445
Sachverzeichnis	447

Theorien des PR-Managements
Geschichte - Basiswissenschaften -
Wirkungsdimensionen
Lies, J. (Hrsg.)
2015, X, 453 S. 51 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-658-06996-4