

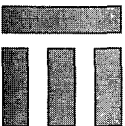
Günter Bentele · Romy Fröhlich
Peter Szyszka (Hrsg.)

Handbuch der Public Relations

Wissenschaftliche Grundlagen
und berufliches Handeln

Mit Lexikon

2., korrigierte und erweiterte Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Vorwort.....	9
Einleitung.....	13
Teil 1	
Disziplinäre Perspektiven.....	17
Public Relations aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht (<i>Otfried Jarren/Ulrike Röttger</i>).....	19
Public Relations aus organisationssoziologischer Perspektive (<i>Anna Maria Theis-Berglmair</i>).....	37
Public Relations aus sozialpsychologischer Sicht (<i>Susanne Femers</i>).....	50
Public Relations aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften (<i>Markus Will</i>).....	62
Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht (<i>Silke Adam/Barbara Berkel/Barbara Pfetsch</i>).....	78
Teil 2	
Theorien: Ansätze und Modelle.....	91
Definitionen und Praktikertheorien	
Die Problematik der PR-Definition(en) (<i>Romy Fröhlich</i>).....	95
Praktikertheorien (<i>Michael Kunczik/Peter Szyszka</i>).....	110

Allgemeine Theorieansätze

Systemtheoretisch-gesellschaftsorientierte Ansätze (<i>Manfred Rühl</i>).....	125
Konstruktivistischer Ansatz (<i>Klaus Merten</i>).....	136
Ein rekonstruktiver Ansatz der Public Relations (<i>Günter Bentele</i>).....	147
Organisationsbezogene Ansätze (<i>Peter Szyszka</i>).....	161
Kritische Ansätze: ausgewählte Paradigmen (<i>Joachim Westerbarkey</i>).....	177

Spezielle Ansätze mittlerer Reichweite

Determinationsthese (<i>Juliana Raupp</i>).....	192
Intereffikationsmodell (<i>Günter Bentele</i>).....	209
Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit (<i>Roland Burkart</i>).....	223
PR-Verständnis im Marketing (<i>Peter Szyszka</i>).....	241
Public Relations im Kontext der Unternehmenskommunikation (<i>Nikodemus Herger</i>).....	254
Stakeholder Management als Ansatz der PR (<i>Matthias Karmasin</i>).....	268

Amerikanische Einflüsse

Systemtheoretisch-kybernetische Ansätze aus den USA und ihre Rezeption im deutschen Sprachraum (<i>Stefan Wehmeier</i>).....	281
---	-----

Teil 3	
Schlüsselbegriffe und Bezugsgrößen	295
Kommunikation und Persuasion (Klaus Merten).....	297
Organisation und Organisationsinteresse (Peter Szyszka).....	309
Identität und Image (Reinhold Bergler).....	321
Öffentlichkeit und öffentliche Meinung (Anna Maria Theis-Berglmair).....	335
Vertrauen und Glaubwürdigkeit (Günter Bentele/René Seidenglanz).....	346
Themen der Öffentlichkeit und Issues Management (Patrick Rössler).....	362
Teil 4	
Öffentlichkeitsarbeit als berufliches Handeln	379
Berufsgeschichte	
Bundesrepublik Deutschland (Peter Szyszka).....	382
Schweiz (Ulrike Röttger).....	396
Österreich (Karl Nessmann).....	407
Sozialistische Öffentlichkeitsarbeit in der DDR (Günter Bentele).....	415
Berufsrollen und Berufsfelder	
Public Relations als Beruf: Entwicklung, Ausbildung und Berufsrollen (Romy Fröhlich).....	431

Berufsfeld Wirtschaft (<i>Lothar Rolke</i>).....	444
Berufsfeld Politik (<i>Jens Tenschler/Frank Esser</i>).....	458
Berufsfeld Verbände (<i>Beatrice Dernbach</i>).....	468
Berufsfeld Kommunen/kommunale PR (<i>Tobias Liebert</i>).....	482
Berufsfeld Non-Profit-PR (<i>Jan Tonnemacher</i>).....	493
Kommunikationshandeln	
Aufgabenfelder (<i>Ulrike Röttger</i>).....	501
Konzeption strategischer PR-Arbeit (<i>Michael Behrent</i>).....	511
Risikokommunikation und Konflikt (<i>Georg Ruhrmann</i>).....	524
Steuerung und Wertschöpfung von Kommunikation (<i>Ansgar Zerfuß</i>).....	536
Normative Grundlagen	
Rechtliche Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit (<i>Udo Branahl</i>).....	552
Ethik der Public Relations – Grundlagen und Probleme (<i>Günter Bentele</i>).....	565
Teil 5	
Lexikon	578
Schlagwortregister.....	631
Autorinnen und Autoren.....	637