

УДК 659.4  
ББК 60.842  
Л24

В книге упоминаются социальные сети Instagram и/или Facebook, принадлежащие компании Meta Platforms Inc., деятельность которой по реализации соответствующих продуктов на территории Российской Федерации запрещена.

Редактор Евгения Якимова

**Лапук М.**

Л24 Пиар да Винчи, или Как сделать новость из ничего / Мария Лапук. — М. : Альпина ПРО, 2024. — 152 с.

ISBN 978-5-206-00225-6

Сооснователь пиар-агентства, входящего в топ-20 агентств России, Мария Лапук подробно рассказывает обо всех аспектах работы пиарщика. Автор последовательно разбирает виды и инструменты пиара, рассматривает реальные кейсы успешных кампаний, описывает тренды и особенности пиара в разных уголках мира, делится практическими советами, которые можно сразу же применить на практике. Книга научит видеть во всем новости, которые улучшат репутацию компании и помогут выделиться среди конкурентов. После прочтения читатель сможет самостоятельно сформировать грамотную пиар-стратегию, реализовать ее и проанализировать эффективность проделанной работы.

УДК 659.4  
ББК 60.842

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в интернете и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу [mylib@alpina.ru](mailto:mylib@alpina.ru).

ISBN 978-5-206-00225-6  
© Лапук М., 2023  
© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2024

## Содержание

5	<b>Введение</b>
9	Глава 1 ЧТО ТАКОЕ ПИАР И КАК ОН РАБОТАЕТ
23	Глава 2 ПРОФЕССИЯ ПИАРЩИКА
39	Глава 3 РАБОТА НА СТОРОНЕ АГЕНТСТВА И РАБОТА НА СТОРОНЕ КЛИЕНТА
47	Глава 4 КАК ПИАР СООТНОСИТСЯ С ДРУГИМИ ЧАСТЯМИ МАРКЕТИНГА. ЧТО ИНТЕРЕСНОГО ЕСТЬ В ПИАРЕ
55	Глава 5 ГДЕ В ПИАРЕ ДЕНЬГИ
63	Глава 6 КАК ПИАР НАКЛАДЫВАЕТСЯ НА ВОРОНКУ ПРОДАЖ
71	Глава 7 КАК ДЕЛАТЬ КОНТЕНТ И ИЗ ЧЕГО ОН СОСТОИТ

81	Глава 8 КАК ДЕЛАТЬ НОВОСТЬ
95	Глава 9 ДИСТРИБУЦИЯ КОНТЕНТА
103	Глава 10 ПИАР-СТРАТЕГИЯ
109	Глава 11 ЧТО ДЕЛАТЬ С ХЕЙТЕРАМИ
121	Глава 12 ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПИАРА
131	Глава 13 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПИАР
141	Глава 14 ТРЕНДЫ В ПИАРЕ