Въведение  
Preface  
**Началото: Какво се случи през 2020 г. в комуникационния бранш**

* Covid-19, ограничителните мерки и интернет - трите фактора, които оформиха "пандемия" образ на ПР-а. Практически измерения на промяната

**Организационна репутация и реторика - връзки и взаимодействия в съвременните комуникации**

* Репутация: дефиниции и съдържание на понятието. Репутацията като основен актив на организацията
* Интернет като инструмент за изграждане и управление на репутацията
* Корпоративният етос, патос и логос и ролята им в изграждането на репутацията

**Същност, специфика и управление на кризите и кризисните комуникации**

* Същност на кризите
* Видове кризи и причини за възникването им
* Етапи на развитие на кризите
* Съвременни репутационни кризи: специфики и управление
* Дигитални инструменти за управление на съвременните кризи
* Кризисни комуникации в контекста на пандемията от COVID-19. Кризи в медицината и фармацията
* Основни комуникационни линии в медицината и фармацията в периода 2020 - 2021 год.

**Практически приложения на реториката в съвременния ПР**

* 2020 година и промените, които донесе. "Старият" и "новият" ПР
* Реторически инструменти и тяхната приложимост в управлението на комуникационни кампании
* Реторическа ситуация
* Потребителското съдържание и неговата роля на коректив на корпоративната комуникация
* Дигиталните истории
* Реторическият подход и аудиторията
* Реторическа аргументация
* Етос, патос и логос и изграждането на бранд
* Логографи и синегори - съвременните ПР-и
* Визуална реторика
* Тържественото красноречие и съвременната реклама и ПР
* Приложение на апологичната реч в управлението на кризисните комуникации
* Невербална комуникация
* Етика и модерен ПР

**Реторически стратегии и инструменти за управление на кризисните комуникации.Анализ на комуникационни кампании на АстраЗенека, Модерна и Пфайзер**

* Общи характеристики и специфики на комуникацията на фармацевтичните комапании
* Реторически подход при анализа на кризисните комуникации
* Комуникационната активност на трите изследвани компании в периода 2020 - 2021 година
  + АстраЗенека и препаратът Vaxzevria
  + Модерна и препаратът Spikevax
  + Пфайзер/BioNTech и препаратът Comirnaty

Заключение  
Библиография