

Handbuch PR-Recht

Autoren: Alexander Unverzagt und Claudia Gips

Helios Media

1. Auflage 2010 (560 Seiten)

19 Kapitel

1. Rechtliche Grundlagen für PR-Macher – von Gesetzen und anderen Regelungen
2. Die rechtliche Einordnung der PR
3. Trennungsgebot und Schleichwerbung
4. Urheberrecht – Die Rechte und Pflichten der Kreativen und der Verwerter
5. Die Pressegesetze der Länder
6. Impressum und Anbieterkennzeichnung
7. Informationsbeschaffung und –zugang
8. Wort- und Bildbeiträge
9. Online-Kommunikation
10. Datenschutz
11. Kennzeichnungen – vom Claim, zum Titel, zur Marke, zur Domain
12. Haftung
13. Finanzielle Aspekte im PR-Bereich
14. Rechtliches für die Krisen-PR
15. Besondere Fragestellungen
 - a) Sponsoring
 - b) Referenzlisten
 - c) Pressespiegel
 - d) Öffentlichkeitsarbeit im Gesundheitsbereich
 - e) Gewinn- und Glückspiele
 - f) Ad-hoc Publizität
 - g) Corporate Governance
 - h) Geschäftsberichte
 - i) Hausrecht
 - j) die Pressemitteilung
 - k) der Pitch
16. Vorvertragliche Regelungen, Verträge und das Kleingedruckte
17. Außergerichtliche Streitbeilegung
18. Rechtliche wie gerichtliche Möglichkeiten und Folgen von Rechtsverletzungen
19. Vorsicht Künstlersozialversicherung!