

Паблик рилейшнз (ПР) Public Relations (PR)

Паблик рилейшнз (ПР, пиар) Public Relations (PR)

-  с общественностью
- с общественностью

ИСХОДНЫЙ ПОСТУЛАТ:

без благоприятного общественного мнения невозможно преуспеть в осуществлении своей деятельности

РАБОТАЕТ В УСЛОВИЯХ:

демократического
общества

рыночной
экономики

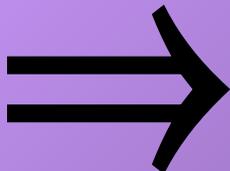
Выстроенная система деловой коммуникации фирмы делает ее бизнес более цивилизованным и эффективным, увеличивает конкурентоспособность, укрепляет позитивный имидж.

Предмет курса ПР -

построение системы деловой коммуникации личности, предприятия, учреждения, организации.

Зачем его изучать?

Любой профессионал в той или иной степени вовлечен в процесс коммуникаций



ему необходимы знания коммуникативных средств и технологий.

PR – сущность и содержание.

Определения PR:

Более 500 определений

Продуманные, спланированные и постоянные усилия, имеющие цель установить и поддерживать взаимопонимание между организацией и ее общественностью.

Британский институт по связям с общественностью

Функция менеджмента, которая оценивает отношение общественности, приводит политику и действия человека или организации в соответствие с интересами общественности, планирует и претворяет в жизнь программу действий для того, чтобы завоевать понимание общественности и быть ею принятым.

Журнал «Паблик рилейшнз ньюз»

Искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководство организаций, и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности.

Ассамблея ассоциаций по связям с общественностью

Искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности.

Сэм Блэк

Основные направления PR-деятельности в организации.



Принципы ПР-деятельности.

1.

Обеспечение взаимной пользы организации и общественности; реализация политики организации через призму общественного интереса.

2.

Честность, правдивость и открытость при работе с общественностью и СМИ.

3.

Осуществление коммуникаций до получения результата (до достижения взаимопонимания между организацией и ее общественностью).

4.

ПР-деятельность должна оцениваться с точки зрения единого критерия – этики поведения.

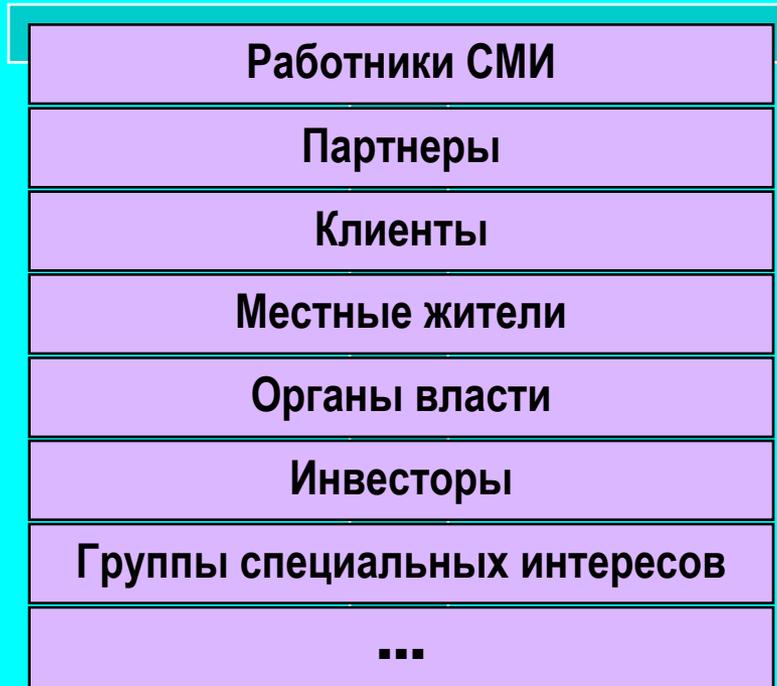
5.

Использование научных методов изучения общественного мнения и междисциплинарного подхода.

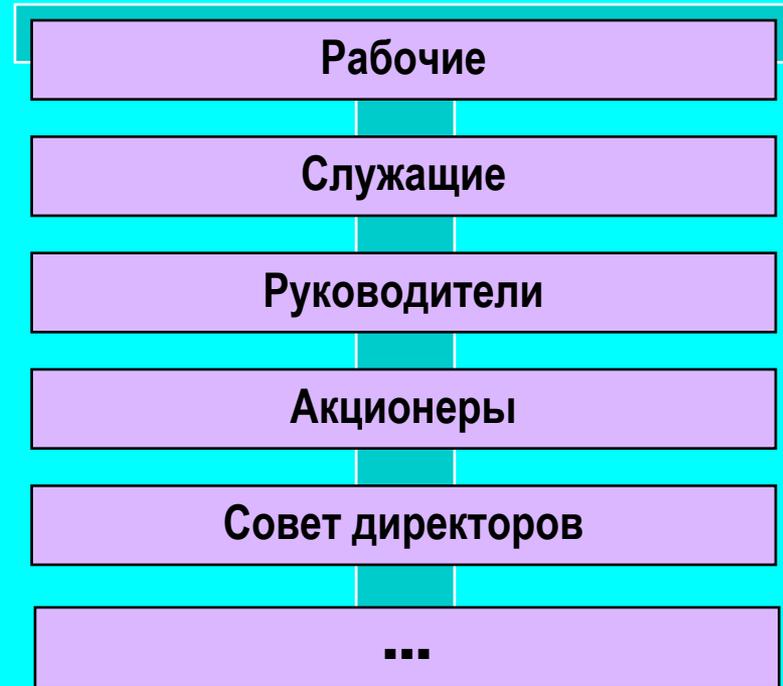
6.

Разъяснение общественности сути проблем **до того, как** эти проблемы переросли в кризис.

ОБЩЕСТВЕННОСТЬ



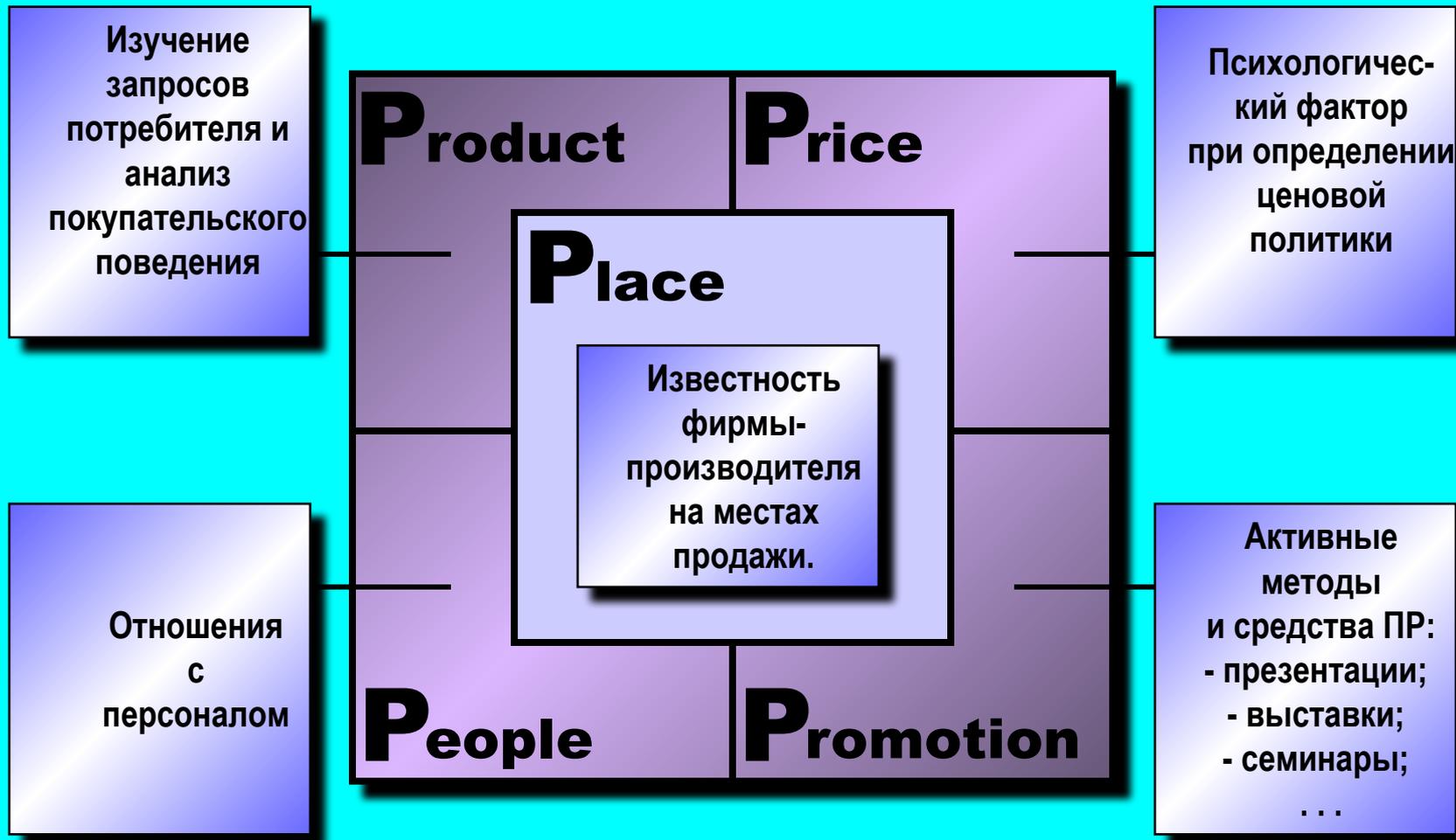
ГРУППЫ ЛЮДЕЙ, НЕПОСРЕДСТВЕННО НЕ СВЯЗАННЫЕ С ОРГАНИЗАЦИЕЙ



ГРУППЫ ЛЮДЕЙ, ВХОДЯЩИЕ В СОСТАВ ОРГАНИЗАЦИИ

Ситуативный подход (в условиях предотвращения или разрешения кризисной ситуации): общественность – группа людей, сплотившихся вокруг конкретных общих интересов или переживаний при определенных обстоятельствах.

PR в системе маркетинга



Маркетинг – микс (концепция «5P»)

PR в системе менеджмента

ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ – СОЗДАНИЕ КОМАНДЫ

В работе с персоналом:

- обеспечение взаимопонимания и доброжелательности
РУКОВОДСТВО ↔ ПЕРСОНАЛ
- разработка системы информированности сотрудников на разных уровнях
- внутренние публикации
- корпоративные праздники

В работе с руководством:

- имиджмейкинг руководителя
- подготовка статей, тезисов и текстов выступлений
- планирование, подготовка и проведение встреч
- влияние в пользу реализации спланированных PR-программ

PR и пропаганда

Пропаганда

PR

Коммуникация

ОДНОСТОРОННЯЯ

ДВУСТОРОННЯЯ

Этические аспекты

НЕ УЧИТЫВАЮТСЯ

УЧИТЫВАЮТСЯ

Цель

ОПРАВДЫВАЕТ СРЕДСТВА

НЕ ОПРАВДЫВАЕТ СОМНИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ

Факты

ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ
СОКРЫТЫ

ОТКРЫТЫ

Информационное давление;
навязывание точек зрения.

Формирование общественного
мнения на основе осознания
пользы предлагаемой политики
для общества; налаживания
конструктивного сотрудничества.

Паблисити – не синоним, а одно из средств ПР.

ПАБЛИСИТИ – это информация из независимого источника, используемая средствами информации потому, что она имеет ценность новости.

Это неконтролируемый метод размещения сообщений в СМИ, поскольку источник сообщения их не оплачивает.