

## Связи с общественностью в государственных структурах, 2016, № 1

**Чумиков, А.** Внутренняя коммуникационная деятельность. Положения (регламенты) деятельности структур, профессиональные стандарты специалистов по связям с общественностью : фрагмент учеб. пособия «Реклама и связь с общественностью: профессиональные компетенции» / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 6-16.

Опубликован фрагмент учебного пособия «Реклама и связь с общественностью: профессиональные компетенции». Рассмотрены вопросы коммуникационной деятельности, положения (регламенты) деятельности структур, профессиональные стандарты специалистов по связям с общественностью.

**Авторы:** **Чумиков Александр Николаевич**, доктор политических наук, профессор; президент Академии политической науки (АПН); вице-президент, председатель Комитета по образованию и профессиональным конкурсам Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО); генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг», e-mail: chumikov@pr-club.com,

**Бочаров Михаил Петрович**, заместитель генерального директора Института региональных проблем, профессор кафедры рекламы и общественных коммуникаций Академии труда и социальных отношений, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью Академии гражданской защиты МЧС России, член Экспертного совета Национальной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник», член-корреспондент Академии естественных наук (секция «Энциклопедия»), член Ассоциации преподавателей связей с общественностью, доктор социологических наук, профессор, Действительный член Академии политической науки. Лауреат Премии Союза журналистов России в области экономической журналистики, e-mail: bocharov@igrp.ru,

**Самойленко Сергей Александрович**, преподаватель, PhD, департамент стратегических коммуникаций, университет Дж. Мейсона, Вашингтон, США, e-mail: sergewds@gmail.com.

**Гудулова, Г.** Пресс-секретарь и СМИ: противостояние или партнерство? / Г. Гудулова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 17-21.

В статье рассматриваются вопросы взаимодействия пресс-секретаря организации и представителей СМИ, создания партнерских отношений.

**Автор: Гульнара Гудулова**, помощник начальника Департамента по взаимодействию со СМИ и общественными организациями в Департаменте Росприроднадзора по Северо-Западному федеральному округу.

**Тыщенко, Д. Техника безопасности при работе со СМИ / Д. Тыщенко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 22-24.**

В статье рассматриваются вопросы работы и взаимоотношений специалистов пресс-службы организациями с журналистами.

**Автор: Тыщенко Дмитрий**, PR-директор брендингового агентства «Горчица».

**Барежев, К. Антикризисное управление в органах власти: кризисные коммуникации / К. Барежев // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 25-39.**

Одним из приоритетных инструментов антикризисного управления, способных широко и гибко использовать информационные ресурсы самой организации, создавая эффективные коммуникационные конструкции, являются связи с общественностью. В статье раскрываются особенности кризисных коммуникаций, их технологии и основные принципы.

**Автор: Константин Барежев**, кандидат философских наук, доцент, директор по маркетингу и PR АНО «Инженерное собрание», главный редактор журнала «Инженерный клуб».

**Богущ-Данд, Л. Секреты подготовки успешного выступления / Л. Богущ-Данд // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 40-42.**

Автор статьи делится своим опытом подготовки публичных выступлений с целью создания хорошего PR для компании и госструктур: как настроиться на выступление, какими фактами запастись и к каким неожиданностям подготовиться.

**Автор: Людмила Богущ-Данд**, бизнес-тренер, спикер и эксперт в области управления временем и изменениями.

**Иванов, А. Спасайте людей от скучных выступлений! / А. Иванов // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 43-45.**

В статье приводится опыт автора по созданию презентации, даны основные и эффективные правила и рекомендации по их созданию и проведению.

**Автор: Александр Иванов**, арт-директор Агентства AIR BREND, г. Екатеринбург.

**Стенина, Н. Возможности медиамониторинга для PR: как объять необъятное и «не заблудиться» в СМИ / Н. Стенина // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 46-48.**

Работа в сфере PR немыслима без обработки и осмысления постоянно обновляющегося информационного потока, который формирует репутацию, имидж компании в целевых группах. Понять его смысл, доминирующие темы, эмоциональный фон, скорректировать и спрогнозировать свою работу позволяет медиамониторинг. В статье рассматриваются основные способы проведения мониторинга.

**Автор: Наталья Стенина**, руководитель департамента развития бизнеса PR News.

**Карбасова, О. Пресс-конференция в государственных структурах. У кого учиться PR-специалисту? Пресс-конференция МИД как пример для подражания / О. Карбасова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 49-53.**

В статье рассматриваются основные направления организации пресс-конференции в органах государственной власти, её структура и содержание и различные аспекты проведения.

**Автор: Ольга Карбасова**, кандидат исторических наук, доцент кафедры философии Самарского государственного технического университета.

**Верховцева, О. Зачем соцсети госструктурам? / О. Верховцева // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 55-56.**

В статье рассматриваются вопросы применения социальных сетей для выстраивания отношений с аудиторией в государственных структурах.

**Автор: Ольга Верховцева**, специалист по интернет-маркетингу, магистрант программы «Маркетинговые технологии» Высшей школы экономики.

**Богуш-Данд, Л. Как использовать социальные сети в своих целях / Л. Богуш-Данд // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 57-60.**

Автор статьи рассматривает вопросы правильного использования социальных сетей для создания положительного имиджа организации.

**Автор:** Людмила Богуш-Данд, бизнес-тренер, спикер и эксперт в области управления временем и изменениями.

**Руденко, Н. Эффективное ведение странички в соцсетях / Н. Руденко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 61-62.**

Автор статьи делится своими знаниями о навыках правильного, эффективного ведения странички в социальных сетях.

**Автор:** Надежда Руденко, помощник президента «Клуба владельцев бизнеса», соучредитель «Клуба успешных людей», заместитель директора типографии «БВИ-Принт», e-mail: rudenko.nadiia1@gmail.com.

**Восканян, Н. Секреты работы с текстом / Н. Восканян // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 63-66.**

В статье автор подробно рассматривает вопросы правильного написания статьи в блог и социальные сети.

**Автор:** Наира Восканян, маркетолог, бизнес-тренер, e-mail: naira.83@mail.ru.

**Агеенко, С. Арнольд Шварценеггер: из актеров в губернаторы. Политмаркетинг в действии / С. Агеенко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 67-75.**

В статье проанализированы основные «шаги», которые помогли А. Шварценеггеру сделать политическую карьеру.

**Автор:** Сергей Агеенко, Генеральный директор Ageyenko Brothers Consulting Group, e-mail: ageyenkobrothers.@gmail.com.

**Коберник, О. Как соблазнить журналиста или Внимание и лояльность. Два аспекта взаимодействия пресс-секретаря со СМИ / О. Коберник // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 76-78.**

В статье рассматриваются вопросы общения PR-специалистов с представителями СМИ и как использовать маркетинг для возвращения журналистов.

**Автор:** Ольга Коберник, директор по маркетингу в сети парков «Детская Планета».

**Ткаченко, Г. 10 ошибок докладчиков на пресс-конференциях и не только / Г. Ткаченко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 79-81.**

Автор статьи рассматривает типичные ошибки докладчиков на пресс-конференциях, которые приводят к негативному отношению как к самому докладчику, так и к тому, что он представляет и даёт рекомендации для избежания этих ошибок.

**Автор: Геннадий Ткаченко**, бизнес-тренер, руководитель «Академии тренеров», Украина.

**Фролова, К. Правила подготовки публичного выступления / К. Фролова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 82-84.**

Публичное выступление – это один из самых сложных форматов мероприятий для спикеров, но также это ключ к эффективному формированию личного бренда. Автор статьи делится своим опытом в этой области.

**Автор: Ксения Фролова**, менеджер по рекламе и PR.

**Володин, П. Принципы успешного выступления / П. Володин // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 85-88.**

В статье предложено разобраться в причинах успехов и неудач презентаций, рассмотрена методология создания презентации.

**Автор: Павел Володин**, генеральный директор компании «Биллион», e-mail: pavel@10v9.ru.

**Кебас, Д. Как удержать внимание при публичных выступлениях: основные способы / Д. Кебас // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. - С. 89-92.**

В статье рассматриваются основные способы привлечения и удержания внимания аудитории при публичных выступлениях.

**Автор: Диана Кебас**, бизнес-тренер, руководитель бизнес-студии.

**Мансурова, О. Как управлять стихией под названием «внимание»? / О. Мансурова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 1. – С. 93-95.**

В статье рассматривается авторская система невербального общения и удержания внимания аудитории при проведении пресс-конференции.

**Автор: Ольга Мансурова**, ментор Академии глубинного трансформационного коучинга Питера Врицы (Великобритания), мастер невербального коучинга Международной школы невербального коучинга Стюарта Хеллера (США), бизнес-тренер, управляющий партнер ООО «Технологии Изобилия».