

Связи с общественностью в государственных структурах, 2016, № 3

Мишкина, А. «Чертова дюжина» PR-инструментов в условиях нулевого бюджета / А. Мишкина // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 6-9.

Автор рассказывает об инструментах и направлениях PR-деятельности в условиях недостаточности средств в бюджете организации.

Автор: Алла Мишкина, PR-менеджер ГК «АРПИКОМ».

Бурлакова(Анненкова), Е. Организация работы общественной приемной / Е. Бурлакова(Анненкова) // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 12-16.

В статье рассмотрены этапы и наиболее важные моменты в открытии, запуске и работе общественной приемной на примере открытия приемной кандидата/депутата городской думы.

Автор: Екатерина Бурлакова(Анненкова), генеральный директор Студии свадебных торжеств JustMarried, г. Екатеринбург.

Чумиков, А. Коммуникационные мероприятия для СМИ и других целевых аудиторий : фрагмент учеб. пособия «Реклама и связь с общественностью: профессиональные компетенции» / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 17-35.

Опубликован фрагмент учебного пособия «Реклама и связь с общественностью: профессиональные компетенции». Рассмотрены коммуникационные мероприятия для СМИ и других целевых аудиторий, такие как пресс-конференция и брифинг.

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@irpr.ru,

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

Нужен ли органам власти внутренний PR? : материалы круглого стола // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 36-42.

Рассмотрены основные цели, инструменты и направления создания внутреннего пиара в государственных структурах.

Гудулова, Г. Имидж как составляющая компетентности пресс-секретаря / Г. Гудулова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 43-46.

Автор рассматривает вопросы формирования имиджа пресс-секретаря организации. Под формированием имиджа автор понимает целенаправленную деятельность по созданию определенного образа, который позволяет воздействовать на различные уровни сознания, выстраивая положительное отношение к объекту восприятия. В построении позитивного имиджа могут использоваться различные технологические приемы в области PR.

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

Карбасова, О. Государственный имидж. «Экспортный» вариант / О. Карбасова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 47-49.

Государственная информационная политика является основой государственного PR внутри страны. Она определяет способы регулирования информационной среды и формулирует цели контроля или влияния на эту сферу со стороны государства. В статье рассмотрены основные инструменты государственной информационной политике, основные инструменты государственного PR, а также методы и способы контроля СМИ и Интернета.

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

Верховцева, О. Пресс-релиз для публикации в Интернете. В чём особенности / О. Верховцева // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 50-53.

Активное развитие современных технологий в сети Интернет во многом изменили PR-деятельность. Коснулись эти изменения и пресс-релизов, правил их написания и размещения. В настоящее время основной средой для размещения пресс-релизов является Интернет. Особенности этой площадки накладывают определенные изменения на процесс работы с пресс-релизами. В данной статье подробно рассматриваются эти особенности и изменения.

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

Тыщенко, Д. Жив ли ещё пресс-релиз? / Д. Тыщенко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 54-55.

В статье рассмотрены вопросы актуальности применения обычных пресс-релизов в современное время.

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

Балицай, А. Не пора ли нам похоронить пресс-релизы? / А. Балицай // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 56-58.

В статье рассмотрены вопросы актуальности применения обычных пресс-релизов в современное время.

Автор: Антонина Балицай, директор ООО «Карелия промо».

Глазова, Л. Личностный PR: как продвигать первые лица в социальных сетях / Л. Глазова, А. Филимонова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 59-62.

Социальные сети в настоящее время становятся еще одной зоной ответственности руководителей различных организаций и государственных структур. Поведение первых лиц в социальных сетях должно быть, по мнению авторов статьи, разумным и взвешенным. Авторы предлагают рассмотреть три наиболее характерные модели присутствия первых лиц в социальных сетях и определить уровень персонофицированности их аккаунтов.

Авторы: Лилия Глазова, генеральный директор компании PR News,
Александра Филимонова, PR-менеджер компании PR News.

Иволжатова, Е. Возможности социальных сетей для госструктур / Е. Иволжатова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 65-72.

В статье рассмотрены возможности социальных сетей для эффективной коммуникации с общественностью и выстраивания более доверительных отношений общественности и государственных структур.

Автор: Екатерина Иволжатова, эксперт, специалист по маркетингу.

Федорова, Л. Контент-маркетинг: 7 мифов, о которых надо знать / Л. Федорова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 73-76.

В статье рассмотрены основные мифы контент-маркетинга и предложены способы их преодоления.

Автор: Лариса Федорова, автор интернет-проекта www.fedorova.com.

Есть такая профессия – «Родину защищать» // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 77-79.

В статье приведены данные опроса о том, какой образ офицера российской армии существует сегодня в общественном сознании.

Токарев, В. Реферат для сотрудников отделов по связям с общественностью на тему коммуникации / В. Токарев // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 80-85.

Автором даны рекомендации сотрудникам отделов по связям с общественностью по навыкам общения с людьми, в частности умению выслушивать собеседника.

Автор: Владимир Токарев, кандидат технических наук, директор ООО «КЦ «Русский менеджмент».

Бобрус, О. Коммуникационный аудит: «разведка перед боем» / О. Бобрус // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 86-89.

В статье рассмотрены основные направления аудита внутренних коммуникаций организации и аудита внешних коммуникаций, даны рекомендации по проведению коммуникационного аудита.

Автор: Ольга Бобрус, руководитель аналитического отдела компании PR News

Некоммерческий PR и проблемы измерения его эффективности: результаты исследования от АМЕС // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 90-91.

В статье приведены данные исследования группы АМЕС (Международная Ассоциация по медиа-измерениям и оценке коммуникаций) измерения эффективности некоммерческого PR.

Лахов, А. 5 причин, по которым НКО нужен PR / А. Лахов // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2016. – № 3. – С. 92-96.

В статье приведен составленный автором список основных задач, которые некоммерческая организация может решить с помощью специалиста по связям с общественностью.

Автор: Алексей Лахов, специалист по связям с общественностью.