

Связи с общественностью в государственных структурах, 2017, № 1

Мирисёва, О. Как продвигать госструктуру в условиях ограниченного бюджета [Текст] / О. Мирисёва // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 6-15.

В статье рассматриваются вопросы продвижения имиджа госструктуры в средствах массовой информации.

Автор: Оксана Мирисёва, заместитель начальника отдела по связям с общественностью ФБУ «Авиалесоохрана».

Коваленко, В. Продвижение территорий в социальных сетях [Текст] / В. Коваленко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 16-21.

В статье освещены основные направления продвижения территорий в социальных сетях.

Автор: Виталина Коваленко, руководитель отдела инновационных и методологических разработок PR News.

Гудулова, Г. Как закон о контроле за поведением госслужащих в Интернете повлиял на работу пресс-служб [Текст] / Г. Гудулова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 24-27.

В статье рассмотрены вопросы предоставления сведений об адресах сайтов и страниц в Интернете, на которых соискатели на должность государственной гражданской службы размещают общедоступную информацию.

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

Тимур Асланов: улучшая свои PR-тексты – вы улучшаете мир [Текст] : интервью с главным редактором журнала «Связи с общественностью в государственных структурах» Т. Аслановым // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 28-30.

Топ-20 самых цитируемых губернаторов-блогеров [Текст] // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 31-33.

Компания «Медиалогия» представила рейтинги цитируемости губернаторов-блогеров за март 2017 г.

Краснослободцев, А. А. Бренд территории: особенности построения и продвижения [Текст] / А. А. Краснослободцев, И. В. Groшев // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 34-43.

При рассмотрении территориального брендинга необходимо четко определиться с тем, что считать объектом брендинга. В данном случае объектом брендинга выступает определенная территория: страна, регион, город, муниципальное образование. Понятие территория рассматривается с различных позиций. В статье предложены различные трактовки понятия «бренд территории».

Авторы: А. А. Краснослободцев, кандидат экономических наук, заместитель руководителя департамента маркетинга по рекламе промышленной группы «Крата»,

И. В. Groшев, доктор экономических наук, доктор психологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, заместитель директора по научной работе Научно-исследовательского института образования и науки.

Дубко, Е. Мероприятия в госструктурах: как выйти на новый уровень [Текст] / Е. Дубко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 44-47.

В статье рассматриваются вопросы организации мероприятий в госструктурах с помощью такого PR-инструмента как ивенты (event).

Автор: Елена Дубко, руководитель PR-проектов в компании Becar Asset Management Group.

Кулебякин, А. Работа с аудиторией как важная составляющая часть подготовки к мероприятию [Текст] / А. Кулебякин// Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 48.

Рассмотрены основные этапы работы по подготовке к проведению мероприятия.

Автор: Александр Кулебякин, директор TicketForEvent Russia.

Быков, И. Актуальные проблемы подготовки PR-специалистов для органов государственной власти: заметки из Санкт-Петербурга [Текст] / И. Быков // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 49-52.

В статье рассматриваются основные проблемы подготовки PR-специалистов для органов государственной власти, которые обсуждались на семинаре работников пресс-служб районных администраций и комитетов Правительства Санкт-Петербурга. Семинар прошел 24 ноября 2015 г.

Автор: Илья Быков, доктор политических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета.

Слободянюк, Д. Гибкость мысли - вот признак хорошего PR-специалиста [Текст] / Д. Слободянюк // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 53-54.

В статье приведены основные характеристики квалифицированного PR-специалиста.

Автор: Дарья Слободянюк, PR-директор сети клубов «Территория Фитнеса».

Кириллова, Я. Социальные сети для госструктур не инновации, в средство связи [Текст] / Я. Кириллова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 55-57.

В статье рассмотрены особенности интенсивности и объема присутствия в социальных сетях государственных организаций в зависимости от специфики их деятельности и уровня работы.

Автор: Яна Кириллова, аккаунт-директор Коммуникационного агентства АГТ-Юг.

Рейтинг партий, доверия политикам, одобрения государственных институтов [Текст] // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 58-60.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет электоральные рейтинги партий, рейтинги доверия политикам, оценки деятельности государственных институтов.

Громова, Е. Успешные мероприятия как мощный инструмент развития региона [Текст] / Е. Громова, В. Терентьева // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 61-66.

В статье рассматриваются основные направления по проведению мероприятий, направленных на развитие территориального маркетинга и бренда территории.

Авторы: Евгения Громова, президент WorkLineGroup,

Валерия Терентьева, управляющий партнер WorkLineGroup,

Вейде, М. Воркшоп как инструмент внутреннего PR в тренинге командообразования для среднего менеджмента госорганизации [Текст] / М. Вейде, А. Гейденрих // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 67-76.

Воркшоп в последнее время широко используется для обозначения особой формы работы с группой на тренингах, в которой преобладают активные или интерактивные формы работы, и где основная роль в выработке решений принадлежит самим участникам группы.

Авторы: Михаил Вейде, преподаватель, бизнес-тренер, коуч, предприниматель, консультант, e-mail: ternii66@yandex.ru,

Алексей Гейденрих, заместитель главного врача по кадрово-юридическим вопросам «Детской городской поликлинике № 13».

Ермоленко, О. Нужны ли госструктурам пиар-акции? [Текст] / О. Ермоленко // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 77-81.

В статье рассматриваются основные виды и формы PR-мероприятий.

Автор: Оксана Ермоленко, руководитель event-агентства Little Partyevents.

Павлова, М. Стратегия создания информационной кампании по продвижению региона [Текст] / М. Павлова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 82-84.

В статье представлена авторская концепция информационной кампании по продвижению региона.

Автор: Мария Павлова, бренд-менеджер ювелирной российской чарм-компании LeDiLe.

Бинда, О. Стратегический подход к информационным войнам [Текст] / О. Бинда // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 85-86.

В статье на примере информационных баталий в правовой сфере предлагается рассмотреть основные стратегические подходы, которые используются в практике специалистов в области коммуникаций.

Автор: Бинда Ольга Александровна, руководитель службы продвижения и развития Российского агентства правовой и судебной информации (РАПСИ), советник президента Федеральной палаты адвокатов Российской Федерации по вопросам информационной политики, e-mail: o.kostikova@rian.ru.

Гудулова, Г. Возможности PR в целях повышения открытости государственного управления [Текст] / Г. Гудулова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 87-90.

Открытость органов государственной власти напрямую влияет на формирование благоприятного общественного мнения, ведет к созданию позитивного имиджа. И для повышения открытости государственные органы должны максимально использовать возможности PR.

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

Карбасова, О. Важность информационной политики на международном уровне [Текст] / О. Карбасова // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 91.

В статье кратко рассмотрены основные направления информационной политики государства на международном уровне.

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

Образ российской армии [Текст] // Связи с общественностью в государственных структурах. – 2017. – № 1. – С. 92-96.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные исследования о восприятии россиянами Вооруженных Сил России.