Пиар и продвижение в образовательной организации

МЕДИАКАРТА, ПРЕСС-РЕЛИЗ

Определение пиара

- PR – public relations – ПР – Паблик Рилейшнз - связи с общественностью
- Особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью
- Это специальная система работы с информацией, если под управлением понимать процесс создания информационных поводов и информации заинтересованной в ней стороной

Колесо образования в области пиара

Принципы пиара

Ценности
- управляют

потребности
- влияют

интерес
- формирует

отношения
- проявляются

мнения
- мотивируют

действия

Технологии продвижения

- Ориентация на работу со СМИ (оптимизация работы со СМИ): регулярное информирование СМИ о деятельности Дворца, мероприятия для журналистов, мониторинг СМИ)

- Проведение специальных мероприятий (презентаций, выставок, ярмарок, корпоративных мероприятий, семинаров, конференций и т.д.)

Классификация специальных мероприятий

Виды специальных событий	Примеры
Спортивные события	Турнир, соревнования комплексные, по отдельным видам спорта или игровые, марафон
Зрелища и конкурсы	Шоу, спектакли, маскарады, научные ярмарки, конкурсы талантов, фестивали, карнавалы, парады, выставки, фотоэкспозиции, творческие вечера
Праздничные события	Связаны с гражданскими, культурными и религиозными праздниками
События-достижения	Шествие, церемонии открытия, передача в дар
Исторические события	Дни рождения, основания, создания (субъекта PR), юбилеи
Представительские события	Присуждение и вручение наград, показы мод, чаепития

Методы

- Реклама
- Пресс-релиз
- Конференция
- Пиар-акция
- Брифинг
- Пресс-тур
- Встреча с журналистами
- Мониторинг СМИ
- Корпоративный сайт и блог
- Формирование новостей (во время информационного затишья)

Медиакарта

№ п/п	Название СМИ	Телефон	email	Контактное лицо	Специализация (какие события их интересуют)	Опыт сотрудничества (что о нас публиковали)
1						
2						
3						
4						
….						

Пресс-релиз

«Никогда не будет следующего раза, что бы произвести впечатление…»

Альфред Нобель

- Сообщение должно носить новостной характер
- Пресс-релиз, как правило, посвящен одной теме
- Основные черты пресс-релиза: краткость изложения, лаконичность формы, четкость формулировок
- Пресс-релиз обозначает проблему, но не раскрывает ее полностью
- Пресс-релиз – не справка

Метод перевернутой пирамиды

Первый абзац самый важный

Информация, которую можно сократить,

каждый абзац имеет свою информационную нагрузку

Спасибо за внимание!

- Контакты:

- Заместитель директора по социализации и проектной деятельности: Тайдакова Екатерина Геннадьевна

taidakova@yandex.ru

- Старший методист: Маркотенко Екатерина Васильевна

k.markotenko@gmail.com