



PR-проект. Структура.

Фирулина Евгения Геннадьевна, к.
филос. наук, ст. преподаватель
кафедры теории политики и
коммуникации ИМОМИ ННГУ им.Н.
И. Лобачевского

Общий план PR-проекта

Есть план – есть результат!



1. Постановка проблемы.
2. Объект и предмет проекта.
3. Идея (концепция) проекта.
4. Цель проекта.
5. Задачи проекта.
6. Целевая аудитория проекта.
7. Технологии реализации проекта.
8. Команда проекта.
9. План-график проекта.
10. Бюджет проекта.
11. Медиаплан (может и не быть).
12. Оценка эффективности.
13. Приложение (не обязательно).

Постановка проблемы

Есть проблема – есть потребность в PR-проекте



- База проблемы – исследования!
- Этапы работы над проблемой:
 1. Описать состояние проблемы, ее историю.
 2. Выделить негативное влияние проблемы и ее последствий при ее нерешенности.
 3. Установить слабые и сильные стороны инициатора (заказчика) проекта.
 4. Определить общественность, находящуюся под влиянием и связанную с проблемой.

Объект и предмет проекта

Что исследуем?



- Объект – то, что мы исследуем (например, организация). Мы должны проанализировать состояние объекта проектирования.
- Предмет – то, где выявлена проблема и с чем мы будем работать (например, имидж организации).

Идея-концепция PR-проекта. Есть решение!



- Идея – это фундамент проекта, общее направление, ориентиры.
- Является основой других этапов проекта
- Формулируется только после предыдущих этапов
- Должна работать на решение проблемы и достижение цели

Цель проекта

Изменим проблему!



- Цель – желаемый результат, отражает желаемое состояние объекта и предмета.
- Логически связана с проблемой и идеей.
- Формулируется одним предложением.
- Три типа целей: 1. проинформировать. 2. изменить отношение. 3. изменить поведение.
- Критерии: конкретность, измеримость, достижимость, значимость, протяженность во времени.

Задачи проекта



- Минимальное количество – 4.
- Задача должна отвечать на вопросы:
что нужно сделать, чтобы достичь цели; с помощью чего; когда; сколько.
- Задачи должны решать проблему и изменить объект – предмет, должны быть достижимы, измеримы и иметь конкретный срок решения.
- Каждая задача должна быть независима от другой.

Целевая аудитория

На кого направлен проект?



- Может стать первым этапом проекта
- Этапы анализа ЦА:
 1. Социально-демографические характеристики.
 2. Отношение к объекту проектирования.
 3. Выделение СМИ, которым доверяет ЦА.
 4. Определение информационных каналов, которым доверяет ЦА.

Технологии реализации проекта Действуем!



Структура описания технологии:

1. Цель реализации технологии.
2. Задачи.
3. Ресурсы.
4. Краткая характеристика технологии.
5. Продвигаемые имиджевые характеристики.
6. Организаторы
7. Источники ресурсов
8. Основная идея
9. Содержание технологии
10. Время реализации

Команда

А кто все это будет делать?



- Количество сотрудников проекта
- Должности по проекту
- Функции
- Резюме
- Требования к должности проекта

План-график проекта



Этапы	Сроки проведения	Мероприятие	Целевая аудитория	Информационный повод	Ресурсы	Ответственный
1.						
2						
3.						
4.						



vk.com/forum_imedia

imedia.stud.forum@gmail.com



Бюджет PR-проекта

Считаем деньги!



1. Оплата труда команды проекта.
2. Материалы (например, бумага, картридж).
3. Офисные расходы (если арендуется офис).
4. Прочие расходы (командировки, микрофоны, шарики...)
5. Непредвиденные расходы (10% от всего бюджета)

Медиаплан PR-проекта

Если количество сообщений в СМИ больше 10



издание	Названи е издания	Названи е издания	Названи е издания	Названи е издания
Январь				
Февраль				
Март				
апрель				





Оценка эффективности

- Ожидаемые результаты проекта:
 1. Результат-продукт.
 2. Результат-эффект.
- Оценка эффективности проекта – описание методик.



Спасибо за внимание.
Удачи!