

PR kā menedžmenta funkcija

PR как функция управления

PR darbības kā vadības īpatnības

- ***vadībai tiek pakārtoti*** kā minimums 2 objekti: sabiedrība (vai sabiedrības grupas) un pati organizācija
- PR pārvaldības objekti ir principiāli dažādi
- **управлению подлежат** как минимум 2 объекта: общественность (или её группы) и сама организация
- **Объекты PR-управления** принципиально разные

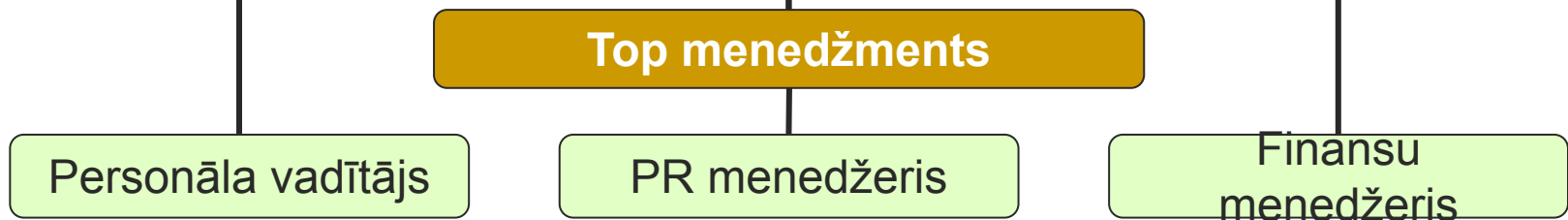
PR darbības, kā īpašā vadības veida, kopējie sistēmpieejas principi

- Ir nepieciešamas precīzas ziņas par pārvaldāmā objekta īpašībām
- **mērķtiecīgums**
- nepieciešamo resursu esamība
- **dažādu sakaru starp organizāciju un pārvaldāmo objektu eksistēšana**
- jābūt drošai kritēriju un rādītāju sistēmai, kas ļauj novērtēt darbības rezultativitāti
- Необходимы точные сведения о характеристиках объекта управления
- **Целенаправленность**
- Обладание необходимыми ресурсами
- **Существование различных связей между организацией и объектом управления**
- Необходимо иметь надёжную систему критериев для оценки результативности деятельности

Stratēģiskais menedžments

- tas ir process, kas ļauj jebkurai organizācijai noteikt savas ilglaicīgas, labvēlīgas attīstības iespējas un iespējamās briesmas, mobilizēt savus aktīvus un virzīt tos uz veiksmīgu nospraustās stratēģijas izpildi
- Это процесс, позволяющий любой организации, определить свои долгосрочные благоприятные возможности развития и предполагаемые опасности, мобилизовать свои активы и направить их на успешное выполнение намеченной стратегии

Public Relations organizācijas struktūrā



- **Organizācija** – cilvēku grupa, kuru darbība apzināti koordinēta kopīga mērķa sasniegšanai.

Организация – группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели

Formālas organizācijas pazīmes

- Juridiski fiksētais statuss;
- Pienākumu, amatu sadale utt.;
- Vadītāja esamība.
- Юридически фиксированный статус,
- Распределение должностей, обязанностей и т.д.
- Наличие руководителя

Neformālas organizācijas pazīmes

- veidojas uz savstarpējo attiecību pamatā;
- nav oficiālu normatīvu priekšrakstu, darbības algoritmu, rīkojumu par lomu sadali utt.;
- līdera esamība.
- Формирование на основе межличностных отношений;
- Отсутствие официальных нормативных предписаний и т.д.
- Наличие лидера

[PR teorētiskie modeļi]

**“Cietā”
sociālā sistēma**

PR raksturs:
asimetrija

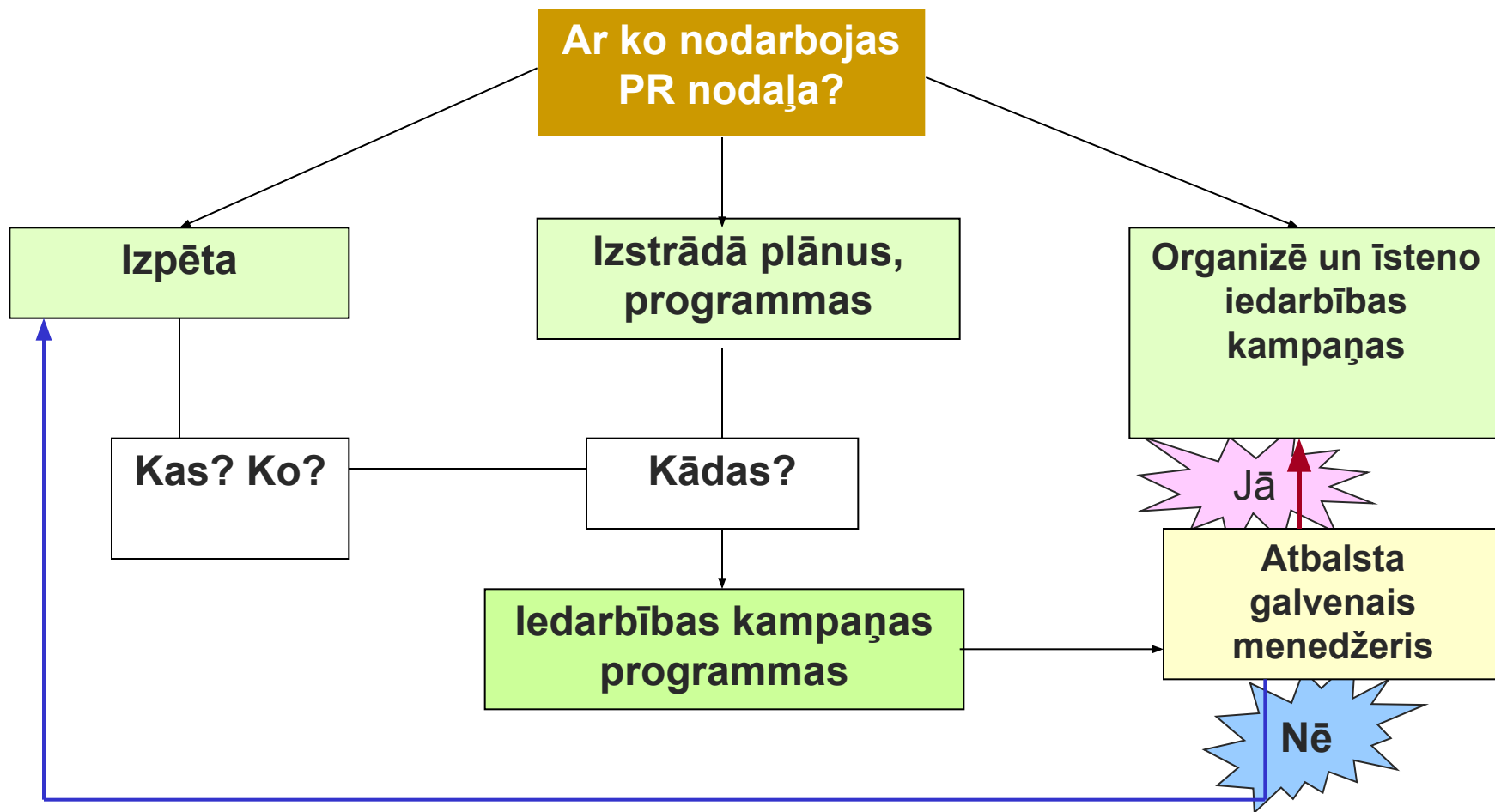
**“Mīkstā”
sociālā sistēma**

PR raksturs:
simetrija

Kā menedžmenta funkcija, PR pilda sekojošo:

- **sabiedriskā viedokļa, attiecību un jautājumu , kuri var skart organizācijas darbību, prognozēšana, analizēšana un interpretācija;**
- **menedžeru konsultēšana visos līmeņos attiecībās ar komunikatīviem un sociāliem lēmumiem un darbību;**
- **organizācijas imidža izpēte, vērtēšana un formēšana;**
- **sabiedriskā viedokļa izmaiņas darbību plānošana un realizēšana;**
- **resursu pārvalde, kuri nepieciešami iepriekšminēto darbību realizēšanai.**
- Прогнозирование, анализ и интерпретация общественного мнения, которое может затрагивать деятельность организации
- Консультирование руководителей в отношении коммуникативных и социальных решений и действий
- Исследование, оценка и формирование имиджа организации
- Планирование и реализация действий для изменения общественного мнения
- Управление ресурсами, необходимыми для реализации указанных действий.

PR darbības cikliskais raksturs



PR problēmu risināšanas process



Problēmu kategorijas

Zināt katra
problēmas veida
būtību !

- Strukturālās problēmas
- Ārējās problēmas
- Krīzes
- Iekšējās problēmas
- Pašreizējās problēmas
- Potenciālās problēmas
- Структурные проблемы
- Внешние проблемы
- Кризисы
- Внутренние проблемы
- Насущные проблемы
- Потенциальные проблемы

Problēma

Mērķis

1.Uzdevums

2.Uzdevums

1. Stratēģija

taktika 1a

taktika 1b

prast šo secību
izskaidrot ar
praktiskā piemēra
palīdzību



Mērķiem jāatbild uz sekojošiem jautājumiem:

- Vai tiešām mērķi apraksta gaidāmo rezultātu?
- Vai nospraustie mērķi ir saprotami visiem organizācijas locekļiem?
- Vai mērķiem ir precīzi izpildes termiņi?
- Vai nospraustie mērķi ir reāli, sasniedzami, kurus var novērtēt?
- Vai tie atbilst augstākās vadības mērķiem?
- Точно ли цели описывают ожидаемый результат?
- Понятны и поставленные цели каждому члену организации?
- Содержат ли цели чёткие сроки исполнения?
- Являются ли поставленные цели реальными, достижимыми, подлежащими количественной оценке?
- Согласуются ли они с целями высшего руководства?

SMART princips mērķu izvirzīšanā

- **S** – stretching
- **M** – measurable
- **A** – achievable
- **R** – realistic
- **T** – timebound

Prast izskaidrot šos principus (kāpēc tiem jāseko)

Ar mērķiem ir saistīti ierobežojumi:

- Ārējie
- Iekšējie

[Mērķu veidi]

- Stratēģiskie
- Taktiskie

Zināt šo mērķu
specifiku un būtību!!!

Stratēģija un
taktika
???

Tipiskais PR kampaņas plāns iekļauj:

Типичный план ПР-кампании включает:

1. **Problēmas pamatošana**
2. **Priekšlikumu sagatavošana**
 - situācijas analīze
 - Mērķa un uzdevumu noteikšana
 - pētījumu metodes noteikšana
 - galvenās informācijas atlase (ziņojumu saturs)
 - komunikācijas mehānismi
 - projekta komandas izveidošana
 - laika un līdzekļu izdevumi
3. **Plāna veidošana**
4. **Kampaņas novērtēšana**

1. **Обоснование проблемы**
2. **Подготовка предложений**
 - Анализ ситуации
 - Постановка цели и задач
 - Определение методов исследования
 - Отбор главной информации (содержание сообщений)
 - Механизмы коммуникации
 - Формирование команды проекта
 - Затраты времени и средств
3. **Формирование плана**
4. **Оценка кампании**

Krīzes PR

- **Krīzes vadība** ir prasme iziet no potenciāli iespējamās krīzes situācijas tādā veidā, lai organizācijai nodarīto “zaudējumu” apjomi būtu visminimālākie
- **Кризисное управление** – это умение выходить из потенциально возможной критической ситуации так, чтобы свести к минимуму «ущёrb»

PR kampaņas analīze un novērtēšana

Анализ и оценка ПР-кампании

- Vērtēšanas rādītāji:
kvalitatīvie un kvantitatīvie
- Оценочные показатели:
количественные и качественные

Zināt atšķirību!

Budžeta noteikšana PR mērķiem

Определение бюджета для целей

Zināt katra budžeta noteikšanas metodes būtību!!!

- **Orientēšanās uz pagājušā gada budžetu**
ориентированность на прошлогодний бюджет
- **Pamatojoties uz procentuālajām likmēm no apgrozījuma**
на основе процентной ставки с оборота
- **Noteikta summa, ko nosaka vadība**
определённая сумма, установленная руководством
- **“Pēc atlikuma principa”**
по остаточному принципу
- **Konkurentu PR kampaņu analīze**
анализ PR кампаний конкурентов
- **Nulles budžets**
нулевой бюджет