

Роль и значение PR в работе государственных организаций и местных органов власти

Руководитель: Жирнов И.М.
Выполнила: Сорокина К, М-07

PR - СВЯЗ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

- СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ – ИСКУССТВО И НАУКА АНАЛИЗА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ;
- «public relations» - одна из функций управления;
- важнейшее направление деятельности PR-служб – обеспечение руководства организации необходимой информацией о состоянии общественного мнения;
- PR-специалисты выступают в роли советников руководителей организации

Основные направления деятельности государственных служб по связям с общественностью

- изучение спектра общественного мнения;
- выработка рекомендаций для руководства государственных организаций;
- предотвращение возможных конфликтов и недопонимания в работе с общественностью;
- установление и поддержание контактов с общественностью;
- улучшение производственных отношений;
- реклама услуг, предоставляемых государственными организациями;
- повышение эффективности работы государственных служб;
- создание положительного образа государства.

Западный опыт

- Организация информационных служб при правительственных организациях.
Две основные задачи:
 - просвещать общественность;
 - информировать правительство.

Структура правительственных PR-служб

- пресс-отдел;
- отдел телевидения и радио;
- отдел рекламы;
- отдел брифингов;

Организация информационных служб при местных органах власти

- связь со СМИ;
- радио- и телевещание;
- связь с местным населением;
- организация информационных центров;
- периодические отчеты перед избирателями;
- выставки, собрания и лекции;

Выводы

- Западный опыт развития связей с общественностью в государственных организациях и местных органах власти насчитывает более полувека. Положительные результаты, которые продемонстрировали PR-агентства в развитых странах, на наш взгляд, заслуживают внимания российских специалистов. В России PR-агентства обслуживают в основном избирательные кампании, однако в современных условиях государственные структуры остро нуждаются в профессиональной рекламе своих программ и услуг для населения. В противном случае они рискуют не получить поддержки общественности. В этой связи организация PR-служб при государственных институтах и местных органах власти – актуальная задача ближайших лет.

Спасибо за внимание!