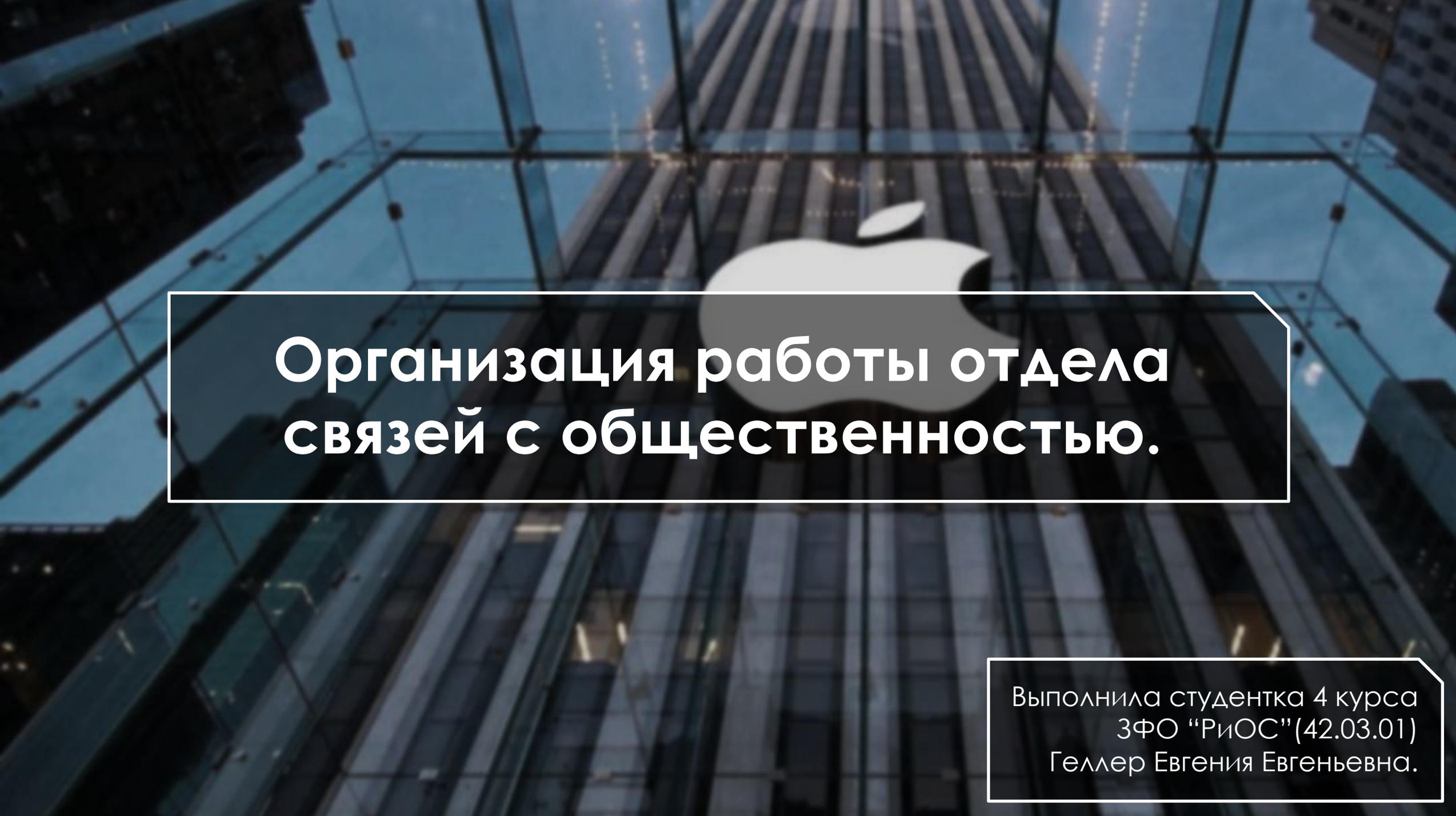




**Организация работы отдела
связей с общественностью.**

На примере корпорации Apple.

The background of the slide is a low-angle shot of a modern skyscraper with a glass facade, reflecting the sky and other buildings. The Apple logo is prominently displayed in the center of the image, overlaid on the glass. The text is contained within white-bordered boxes.

Организация работы отдела связей с общественностью.

Выполнила студентка 4 курса
ЗФО "РиОС" (42.03.01)
Геллер Евгения Евгеньевна.

Коммерческая корпорация Apple inc.

Apple inc. — американская корпорация, производитель персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, программного обеспечения. Компания основана в Калифорнии Стивом Джобсом, Рональдом Уэйном и Стивом Возняком в 1 апреля 1976 г. Один из пионеров в области персональных компьютеров и современных многозадачных операционных систем с графическим интерфейсом. Штаб-квартира — в Купертино, штат Калифорния США.

Благодаря инновационным технологиям и эстетичному дизайну, корпорация **Apple** создала уникальную репутацию, сравнимую с культом, в индустрии потребительской электроники. И стала одной из известнейших и крупнейших по капитализации корпораций в мире.

Структура отдела «Связи с общественностью» корпорации Apple inc.

VP PR : Вице-президент
по связям с общественностью.

PR Manager Senior : Старший специалист по PR.

PR Manager Unior : Младший специалист по PR.

Head On : Руководитель подразделения.

Analyst : Аналитик.

Copywriter : Составитель текстов.

Speechwriter : Составитель выступлений и речей.

Designer : Дизайн и оформление.



Занимаемые должности, их функции и обязанности.

VP PR : Вице-президент

ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

СОВМЕСТНО С ВЫСШИМ РУКОВОДСТВОМ
РАЗРАБАТЫВАЕТ ЗАДАЧИ В ОБЛАСТИ PR И
СТРАТЕГИИ ПО СОЗДАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО
КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ;

ФОРМИРУЕТ КОНЦЕПЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО
ПЛАНИРОВАНИЮ, РАЗРАБОТКЕ И ПРИМЕНЕНИЮ
КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ МЕТОДЫ И ПРОГРАММЫ
ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ PR;

ОСУЩЕСТВЛЯЕТ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ О
ПОЗИЦИИ ИНВЕСТОРОВ, ТЕНДЕНЦИЯМ В ОБЛАСТИ
АКЦИОНЕРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ;

ОТСЛЕЖИВАЕТ ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ
ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ;

СЛЕДИТ ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕМ ВНУТРЕННЕЙ И
ВНЕШНЕЙ ИНФОРМАЦИИ;

СОВЕРШЕНСТВУЕТ И КОНТРОЛИРУЕТ ИСПОЛНЕНИЯ
БЮДЖЕТА.

Занимаемые должности, их функции и обязанности.

VP PR : Вице-президент

ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

СОВМЕСТНО С ВЫСШИМ РУКОВОДСТВОМ РАЗРАБАТЫВАЕТ ЗАДАЧИ В ОБЛАСТИ PR И СТРАТЕГИИ ПО СОЗДАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ;

ФОРМИРУЕТ КОНЦЕПЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ, РАЗРАБОТКЕ И ПРИМЕНЕНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ МЕТОДЫ И ПРОГРАММЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ PR;

ОСУЩЕСТВЛЯЕТ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ О ПОЗИЦИИ ИНВЕСТИРОВ, ТЕНДЕНЦИЯМ В ОБЛАСТИ АКЦИОНЕРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ;

ОТСЛЕЖИВАЕТ ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ;

СЛЕДИТ ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕМ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ИНФОРМАЦИИ;

СОВЕРШЕНСТВУЕТ И КОНТРОЛИРУЕТ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА.

Head On :Руководитель подразделения.

Аналитики, дизайна,
разработки, редакции .

ОРГАНИЗУЕТ РАБОТУ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СМИ;

РУКОВОДИТ ШТАТОМ (ОТДЕЛОМ) PR-СПЕЦИАЛИСТОВ ИЛИ ИНЫХ ПОДЧИНЁННЫХ ЕМУ РАБОТНИКОВ КОМПАНИИ, РАСПРЕДЕЛЯЕТ МЕЖДУ НИМИ ЗАДАНИЯ, КОНТРОЛИРУЕТ ВЫПОЛНЕНИЕ ПОСТАВЛЕННЫХ ПЕРЕД НИМИ ЗАДАЧ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ СТРАТЕГИЮ ОБЩЕНИЯ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ОБЩЕСТВЕННОСТИ И СМИ, ОБЩИЕ КОНТУРЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КОМПАНИИ, ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИЛИ КОРРЕКТИРОВАНИЮ ИМИДЖА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ, ПРОЕКТ ТЕМАТИКО-ФИНАНСОВОГО ПЛАНА РАБОТЫ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ PR-КАМПАНИЙ, СОСТАВЛЯЕТ ПРОГНОЗЫ ВЛИЯНИЯ НА ИМИДЖ КОМПАНИИ ТЕХ ИЛИ ИНЫХ ПЛАНИРУЕМЫХ АКЦИЙ;

ОПРЕДЕЛЯЕТ БЮДЖЕТ PR-КАМПАНИЙ .

Занимаемые должности, их функции и обязанности.

VP PR : Вице-президент

ПО СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

СОВМЕСТНО С ВЫСШИМ РУКОВОДСТВОМ РАЗРАБАТЫВАЕТ ЗАДАЧИ В ОБЛАСТИ PR И СТРАТЕГИИ ПО СОЗДАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ;

ФОРМИРУЕТ КОНЦЕПЦИЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ, РАЗРАБОТКЕ И ПРИМЕНЕНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ МЕТОДЫ И ПРОГРАММЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ PR;

ОСУЩЕСТВЛЯЕТ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ О ПОЗИЦИИ ИНВЕСТИРОВ, ТЕНДЕНЦИЯМ В ОБЛАСТИ АКЦИОНЕРНОЙ СОБСТВЕННОСТИ;

ОТСЛЕЖИВАЕТ ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ;

СЛЕДИТ ЗА РАСПРОСТРАНЕНИЕМ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ ИНФОРМАЦИИ;

СОВЕРШЕНСТВУЕТ И КОНТРОЛИРУЕТ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА.

Head On :Руководитель подразделения.

Аналитики, дизайна,
разработки, редакции .

ОРГАНИЗУЕТ РАБОТУ ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И СМИ;

РУКОВОДИТ ШТАТОМ (ОТДЕЛОМ) PR-СПЕЦИАЛИСТОВ ИЛИ ИНЫХ ПОДЧИНЁННЫХ ЕМУ РАБОТНИКОВ КОМПАНИИ, РАСПРЕДЕЛЯЕТ МЕЖДУ НИМИ ЗАДАНИЯ, КОНТРОЛИРУЕТ ВЫПОЛНЕНИЕ ПОСТАВЛЕННЫХ ПЕРЕД НИМИ ЗАДАЧ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ СТРАТЕГИЮ ОБЩЕНИЯ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ОБЩЕСТВЕННОСТИ И СМИ, ОБЩИЕ КОНТУРЫ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ КОМПАНИИ, ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИЛИ КОРРЕКТИРОВАНИЮ ИМИДЖА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИИ, ПРОЕКТ ТЕМАТИКО-ФИНАНСОВОГО ПЛАНА РАБОТЫ PR-СПЕЦИАЛИСТОВ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ PR-КАМПАНИЙ, СОСТАВЛЯЕТ ПРОГНОЗЫ ВЛИЯНИЯ НА ИМИДЖ КОМПАНИИ ТЕХ ИЛИ ИНЫХ ПЛАНИРУЕМЫХ АКЦИЙ;

ОПРЕДЕЛЯЕТ БЮДЖЕТ PR-КАМПАНИЙ .

PR Manager Senior : Старший специалист по PR.

УЧАСТВУЕТ С ВЫСШИМ РУКОВОДСТВОМ КОМПАНИИ В РАЗРАБОТКЕ КОРПОРАТИВНЫХ ЗАДАЧ И ДОВЕДЕНИИ ИХ ДО СВЕДЕНИЯ ЛИЦ КАК ВНУТРИ, ТАК И ВНЕ ОРГАНИЗАЦИИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОГО КОРПОРАТИВНОГО ИМИДЖА;

ЗАНИМАЕТСЯ ОПРЕДЕЛЕНИЕМ, РАЗРАБОТКОЙ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕМ СТРАТЕГИИ PR; УЧАСТВУЕТ В РЕШЕНИИ ВОПРОСОВ, ИМЕЮЩИХ ОТНОШЕНИЕ К PR;

ДАЕТ ОТВЕТЫ НА ЖАЛОБЫ, ЗАПРОСЫ И ТРЕБОВАНИЯ ПО ИНФОРМАЦИИ, УКРЕПЛЯЮЩЕЙ ИЛИ ПОДДЕРЖИВАЮЩЕЙ ИМИДЖ КОМПАНИИ;

КОНТРОЛИРУЕТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О КОМПАНИИ КАК ВНУТРЕННИМ, ТАК И ВНЕШНИМ СМИ;

ПРИНИМАЕТ УЧАСТИЕ В СОВЕЩАНИЯХ ПО УТВЕРЖДЕНИЮ БЮДЖЕТА НА ПРОВЕДЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ АКЦИЙ;

РАЗРАБАТЫВАЕТ КОНЦЕПЦИЮ ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ И КОНТАКТИРУЕТ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ.



Спасибо за внимание.





Спасибо за внимание.

Выполнила студентка 4 курса
ЗФО "РиОС" (42.03.01)
Геллер Евгения Евгеньевна.