

# ТЕХНОЛОГИИ КОРПОРАТИВНОГО PR

Программа основана на многолетнем опыте обучения и практической деятельности в области связей с общественностью, предусматривает активные и обзорные лекции, практические занятия, деловые игры, тренинги

## **Целевая аудитория:**

Образовательная программа повышения квалификации предназначена для руководителей и специалистов отделов связей с общественностью, рекламы и маркетинга коммерческих организаций.

## **Программа включает:**

	Тема занятий	Спикер
1.	<b>PR-коммуникация коммерческих организаций с основными стейкхолдерами</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Сущность публик рилейшнз как вида информационно-коммуникационной деятельности: что такое PR и чем он отличается от сходных видов деятельности</li><li>• Основные профессиональные задачи специалистов по связям с общественностью: статус PR-специалиста в процессе принятия важных организационных решений, взаимодействие с другими службами организации</li><li>• Эволюция моделей PR от паблицити к двусторонней коммуникации: современное понимание паблик рилейшнз как медиатора между организацией и обществом</li><li>• Основные стейкхолдеры коммерческой организации</li></ul>	<b>ИРИНА СИДОРСКАЯ</b> заведующая кафедрой технологий коммуникации Института журналистики БГУ, кандидат философских наук, доцент, PR-консультант, организатор и куратор программы переподготовки по специальности «Коммуникация в сфере общественных связей», программы повышения квалификации «Технологии корпоративного паблик рилейшнз»
2.	<b>Стратегия в PR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Этапы планирования PR-кампаний: анализ ситуации, выстраивание плана действий и методы оценки кампании</li><li>• Выбор стратегии при планировании PR-кампаний</li><li>• Разбор кейсов из белорусской и зарубежной практики</li></ul>	<b>ЮРИЙ ДУДИНСКИЙ</b> специалист по PR и массовым коммуникациям, стипендиат Университета Северной Каролины (США), работал в проектах представительства ООН в Беларуси, посольства США, а также в рекламных и PR-агентствах Беларуси и США
3.	<b>Медиарилейшнз коммерческой организации</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Media relations сегодня: смена парадигмы</li><li>• Стратегия общения со СМИ: как инновации меняют контекст и инструменты</li><li>• Как придумать информационный повод?</li><li>• Пресс-релиз скорее жив, чем мертв...?</li><li>• Кризис: хранить молчание или разговаривать со СМИ?</li> <li>• Пресс-мероприятия: формы и методы, убедительность и результативность</li></ul>	<b>МАРИЯ ВАСИЛЬЕВА</b> PR и бренд-менеджер Белорусского портала TUT.BY, 9-летний опыт в PR, маркетинговых коммуникациях, креативной рекламе, digital-продвижении, fashion-журналистике, продвижении в сегменте luxury  <b>ИРИНА ПРИДВЕРОВА</b> директор консалтинговой компании IPR Belarus, PR-консультант с 8-летним опытом (сфера финансов для B2B и B2C аудиторий)

<p>4. <b>Введение в Government Relations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Роль GR в современном бизнесе, баланс интересов государства и бизнеса в GR. Роль создания и развития эффективных моделей GR в укреплении и развитии национальной экономики Республики Беларусь</li> <li>• Создание системы GR-коммуникаций в условиях современной корпорации: принципы работы в области GR</li> </ul>	<p><b>РОМАН КОСТИЦЫН</b> управляющий партнер коммуникационного агентства «АРС Коммуникейшнз», PR-консультант, член Российской ассоциации по связям с общественностью</p>
<p>5. <b>PR-коммуникация с сотрудниками</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Геометрия внутренних коммуникаций: комплексный подход</li> <li>• «Погода в доме»: диагностика корпоративной культуры и коммуникационного климата</li> <li>• Внутренний PR: современные методы, технологии, инструментарий</li> <li>• Эффективность PR-коммуникации с сотрудниками: как оценить?</li> </ul>	<p><b>АННА КУЗЬМЕНКОВА</b> магистр филологических наук, консультант по корпоративным медиа, автор курсов по деловой коммуникации, выпускница программы Community Connections (USA)</p>
<p>6. <b>Деловой имидж PR-специалиста</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Психологические аспекты имиджа. Структура делового имиджа</li> <li>• Особенности имиджа PR-специалиста. Позиционирование PR-специалиста внутри компании и во внешней среде</li> <li>• Профессиональный портрет эффективного PR-специалиста. Факторы, влияющие на эффективность делового имиджа PR-специалиста</li> <li>• Подходы к изучению особенностей восприятия личностно-профессиональных качеств PR-специалистов</li> </ul>	<p><b>ЧИНИКАЙЛО СВЕТЛАНА</b> психолог, консультант Департамента контроля качества образования Министерства образования Республики Беларусь</p>
<p>7. <b>PR-коммуникация в ситуации кризиса</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Возникновение и течение кризисных ситуаций, глубина кризисных ситуаций: риск, проблема, кризис, катастрофа</li> <li>• Искусство управления коммуникацией в кризисной ситуации: восстановление доверия общественности</li> <li>• План преодоления кризиса: «красная папка». Работа в условиях чрезвычайной ситуации, роль PR-специалистов в реализации стратегий коммуникации</li> </ul>	<p><b>ТАТЬЯНА КОВАЛЕВИЧ</b> директор агентства «Центр делового развития», консультант по разработке комплексных рекламных и PR-кампаний и антикризисному PR, победитель международной программы социальных проектов «SocStarter» (Голландия)</p>

***В результате обучения слушатели научатся:***

- разрабатывать и осуществлять планомерную эффективную деятельность организации в области общественных связей;
- эффективно коммуницировать с различными целевыми аудиториями, включая органы государственного управления и сотрудников;
- грамотно и эффективно составлять PR-тексты, проводить пресс-мероприятия;
- адекватно действовать в ситуации внешних и внутренних кризисов, вести эффективную антикризисную коммуникацию.

***Сроки обучения***

30.01.2017г. – 03.02.2017г.

03.04.2017г. – 07.04.2017г.

***Продолжительность обучения***

5 дней, 36 академических часов