

PR – сопровождение в деятельности общеобразовательной организации

Барановская О.В. – методист МБУ ДО РДДТ





Целью PR-коммуникаций в сфере образовательных услуг является налаживание открытого диалога и гармонизация отношений между учебными заведениями и общественностью

Задачи PR –деятельности образовательной организации



обеспечение организации информацией об общественном мнении и выработка ответных мер

планирование деятельности руководства в интересах общественности

поддержка учреждения в состоянии готовности к различным переменам путем заблаговременного предвидения тенденций

Связи с общественностью в образовании



это попытка
удовлетворить интерес к
образовательному
учреждению и его
образовательным услугам
путем передачи
имеющейся информации
через различные каналы,
в основном, на
бесплатной основе

Основные понятия PR – деятельности образовательной организации



1. **PR** — это функция менеджмента, обеспечивающая установление и поддержание эффективных коммуникаций между организацией и ее общественностью.
2. **Паблицити** - пропаганда, направленная на стимулирование спроса на товар или услугу посредством рекламы и распространения сведений о них в средствах информации.
3. **Корпоративный PR** - формирование имиджа учреждения (символика и атрибутика, наличие традиций – то, что создает корпоративный дух).
4. **Веб-сайт, также веб-узел**, — одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц; также место расположения контента сервера. Обычно сайт в Интернете представляет собой массив связанных данных, имеющий уникальный адрес и воспринимаемый пользователями как единое целое.



Направления PR-деятельности

Работа с шефами

Консультации

Веб-сайт

Выставочная
деятельность,
проведение
мероприятий

Корпоративный
пиар



Взаимодействия
со СМИ

Международное
сотрудничество

Презентации ОУ



СПАСИБО



Вопросы по PR –деятельности

1. Что такое PR (Public Relations)?

А. направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится одностороннее распространение информации.

Б. это управление коммуникациями организации с её целевой аудиторией, с целью наладить устойчивые связи, доверие и взаимопонимание.

В. привлечение широкого круга лиц для решения вопросов инновационного развития компания, реализуемого за счёт привлечения их финансов, знаний и опыта.

2. В чём заключается главное отличие рекламы от PR?

А. Реклама реализуется через СМИ

Б. Реклама в отличие от PR преследует цель: привлечение внимания потенциального потребителя услуг.

В. Реклама носит односторонний характер.



Вопросы по PR –деятельности

3. Представления персонала о своей компании составляют...

- А. внутренний PR-имидж компании.
- Б. модель социального партнерства.
- В. манипулятивную модель PR.

4. Наиболее предпочтительный способ воздействия на адресата в практике PR?

- А. Принуждение.
- Б. Контрманипуляция.
- В. Сотрудничество.

5. Пресс-релиз — это.....

- А. письменное информационное сообщение в виде бюллетеня, содержащее в себе актуальные новости о компании, её позиция по какому-либо вопросу, предназначенное для публикации в СМИ.
- Б. непосредственная встреча с журналистами.
- В. официальный печатный документ компании, о её достижениях за определённый период, как правило, финансовый



Ответы по PR –деятельности

1. Б
2. В
3. А
4. В
5. А