Московский Государственный Университет

им. М.В. Ломоносова

в г. Севастополе

**РЕФЕРАТ**

На тему: «Организация и проведение работы по управлению общественными отношениями»

Работу выполнила:

студентка группы У-502

Голосова Елена

г. Севастополь, 2009 год

**Содержание**

Введение

1.Программа деятельности по паблик рилейшнз

2.Этические нормы применения инструментов связей с общественностью

3.Организационные основы работы ПР-структур

4.Материально-техническое и финансовое обеспечение ПР-стратегий

5.Алан Батлер выделяет заповеди финансового поведения в ПР-работе

**Введение**

Вне зависимости от сферы деятельности организации и специфики ее работы, управление общественными отношениями может принести существенные положительные результаты только при отношении к ПР как непрерывной, долгосрочной, затратной функции управления стратегической направленности. Специфика инструментов связей с общественностью обуславливает наличие данных характеристик рассматриваемого процесса. Специалист по паблик рилейшнз и менеджеры организации должны помнить о многогранности данной деятельности и многочисленности используемых коммуникационных потоков при планировании и выполнении своей работы.

**1.Программа деятельности по паблик рилейшнз**

Управление общественными отношениями включает следующие элементы:

1.Определение проблемы. Основывается на коммуникационном аудите.

2.Формулировка цели. Цели программы по связям с общественностью должны соответствовать всем критериям управленческих целей.

3.Определение аудитории. Целевые аудитории следует перечислить, указывая на степень важности каждой группы.

4.Разработка стратегии. Рассказывает в общих понятиях, как может быть достигнута цель.

5.Конкретизация тактики. Разработка последовательности действий для достижения каждой цели.

6.Разработка календаря. Необходимо иметь четкий временной график для реализации программы управления общественными отношениями.

7.Составление бюджета. К полученной сумме добавляют не менее 10 % на непредвиденные расходы.

8.Утверждение процедур оценки. Критерии оценки программы обязательно должны определяться до начала ее реализации.

Правовые условия управления общественными отношениями.

Так как управление общественными отношениями тесно включено в общую систему деловых коммуникаций, его осуществление попадает под ряд регламентирующих правовых норм и положений.

**2.Этические нормы применения инструментов связей с общественностью**

Правовые нормы чаще всего затрагивают внешние стороны деятельности по связям с общественностью. Иногда возникают ситуации, когда используемые средства ПР или даже сами цели этой деятельности неэтичны, безнравственны, хотя и не вызывают сомнения с точки зрения закона. Именно поэтому сфера ПР должна формироваться с учетом не только правовых, но и этических норм. По мнению Сэма Блэка, связи с общественностью могут быть успешными только тогда, когда основаны на этических нормах и осуществляются честными средствами. Никакая цель не оправдывает использование ложных, вредных или сомнительны приемов. Для России эта проблема особенно актуальна.

Этические нормы, которые должны учитываться в работе по связям с общественностью, состоят из нескольких элементов. Прежде всего это общечеловеческие ценности и нормы. Затем следуют этические нормы ведения предпринимательской деятельности. Третий элемент – определение отношения ПР-структуры к определенным видам деятельности. Многие считают неэтичным продвижение табачной, алкогольной и другой продукции, которая способна нанести человеку вред. Наконец, нормы этики, которым следуют специалисты в рамках ПР-деятельности, зависят от особенностей и воззрений каждого отдельного человека.

Сначала на западе, а затем и у нас стали создаваться ПР-ассоциации. Они принимают профессиональные уставы, в которых обязательно оговариваются этические аспекты деятельности членов ассоциаций. Так, РАСО стала инициатором подписания субъектами ПР-деятельности аналогичного документа, однако не все организации готовы подписать ее положения и выполнять их. Отметим, что в большинстве случаев этическое поведение при управлении общественными отношениями оказывает существенное положительное влияние на эффективность деятельности.

**3.Организационные основы работы ПР-структур**

При организации работы по управлению общественными отношениями возникает основной вопрос: пользоваться услугами внешних специалистов или создавать собственный отдел по связям с общественностью. Каждый вариант имеет собственные плюсы и минусы, представленные в таблице 4.2.

Структура ПР-подразделения зависит от объема организации, проводимых работ и специфики деятельности. Наиболее общий подход включает создание секторов анализа, прессы, публичных мероприятий и общих вопросов (имидж, регулярные контакты с общественностью). Иногда оптимальной является ситуация, когда в организации работает один специалист по связям с общественностью, а все необходимые эксперты привлекаются дополнительно на временной основе.

При организации работы по связям с общественностью важно учесть два момента. Первый - схема распределения рабочего цикла между сотрудниками. Возможные варианты: один менеджер обеспечивает полный цикл; командный подход к работе с распределением обязанностей ( гораздо более эффективен при решении задач, требующих высокого интеллектуального уровня и большого объема работ). Второй момент – отделение творческой работы от механической (таблица 4.3). В соответствии с этим разделением, формулируются должностные обязанности сотрудников, определяется размер оплаты и устанавливается оптимальный объем работы.

Основа эффективной работы специалиста по связям с общественностью – высокий уровень профессионализма. Он включает в себя знания по специальности (менеджмент, маркетинг, основы журналистики и собственно ПР) и определенные личностные качества:

-коммуникабельность при общении с представителями групп с разными интересами;

-умение расположить к себе собеседника, а затем четко и ясно донести до него необходимую информацию;

-способность к логичному мышлению в сочетании с умением взглянуть на проблему с разных точек зрения;

-умение работать в команде;

-стремление к развитию и совершенствованию своих знаний и умений.

К тому же, специалист по управлению общественными отношениями должен обладать знаниями в области человеческого общения, организаторскими способностями, умением управлять и лидировать. Учитывая, что ПР можно рассматривать как социально-психологическую, коммуникационную ветвь менеджмента, то и набор специфических требований к представителям данной профессии соответствует личностным характеристикам менеджера среднего и высшего звена.

**4.Материально-техническое и финансовое обеспечение ПР-стратегий**

В управлении общественными отношениями можно выделить два аспекта: творческий и административный. Каждый из этих элементов выполняет определенные функции и по-своему воздействует на эффективность достижения поставленных целей. Основа административной работы – материально-техническое и финансовое обеспечение деятельности по связям с общественностью.

Вопрос определения финансовой базы работы ПР-структуры достаточно сложен. Во всем мире сложилась определенная практика построения системы оплаты за услуги в области паблик рилейшнз. Помимо затраченного времени, количества, стажа и уровня профессионализма сотрудников учитывается ряд специфических факторов. К ним относятся: особенности и сложность задания; профессиональные или специализированные знания и навыки; степень ответственности; объем и характер документации; место и характер выполнения задания (в Ростове -на -Дону расценки определенно ниже, чем в Москве,); масштаб работы и ее важность для клиента. В зависимости от договоренности, оплата может зависеть или не зависеть от реальных достижений ПР-кампании. Для установления прямой зависимости необходимо четко выбрать критерии оценки проделанной работы.

**5.Алан Батлер выделяет заповеди финансового поведения в ПР-работе:**

-не распределять бюджет понемногу, не следует пытаться охватить очень много, если средств очень мало;

-максимально ограничить количество связующих звеньев, коммуникационных посредников, включить в расходы координационные затраты;

-планирование и отчетность упростить и консолидировать;

-избегать дублирования. Материал может быть разработан один раз и многократно преподноситься в разных ракурсах;

-тщательно контролировать расходуемые средства;

-делать поправки на задержки и нерешительность.

-избегать валютных опасностей;

-оговорить заранее все критерии успеха.