

## Тема лекции 6. Организация PR-проектов в органах власти

1. Значение PR-проектов в органах власти.
2. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней

1. **PR -проект** - мероприятие, кампания или программа в области PR, ограниченные во времени, с целями и задачами, которые направлены на формирование имиджа и репутации организации или персоны.

*PR*-проекты - это самостоятельное направление в деятельности отдела по связям с общественностью, необходимость проведения которых определяется стратегическими целями организации в обеспечении и продвижении своего имиджа. Иными словами, *PR*-проекты как соответствующие акции уместны и важны в тех случаях, когда организация нуждается в «раскрутке» или положительном постоянном поддержании своего имиджа, а организация и проведение

*PR* - проектов воспринимаются как факторы, способные лишней раз позиционировать и повышать рейтинг организации. Очевидно, что подобная необходимость наиболее свойственна коммерческим и общественным организациям, прямо увязывающим свое существование с отношением к ним со стороны общества.

Цель PR - это создание положительного образа организации в сознании потенциального потребителя и других заинтересованных сторон.

В целях повышения эффективности Правительства реализованы такие проекты как электронное казначейство, электронный документооборот, электронные государственные закупки, порталы государственных органов, внедрен проект е-медицина, охватывающий все лечебные учреждения и всю систему управления медициной Казахстана.

Порталом «электронного правительства» является проектом, который эффективно работает и улучшает качество оказываемых услуг органами власти.

Информационная система «Е-лицензирование» внедрена во всех государственных органах лицензиарах.

Государством ведется постоянная работа по совершенствованию процессов в области средств массовой информации. Реализуется проект по внедрению цифрового вещания. Государственные служащие коммуницируют с общественностью с помощью различных информационных платформ.

Проект интегрированная информационная система (ИИС) управления персоналом «е-кызмет» разработан для регулирования всей деятельности госслужащих.

[www.egov.kz](http://www.egov.kz), «е-правительство», «е-салык» и другие являются наиболее эффективными и действенными проектами.

2. За время своего существования система PR накопила огромный опыт использования разнообразных акций и событий для создания

благожелательного отношения к организации или отдельным лицам. PR-специалисты широко используют метод создания специальных событий, особенно в тех случаях, когда повседневная деятельность организации не создает достаточного количества новой информации. Если такие мероприятия отвечают интересам общественности, они могут упрочить репутацию организации.

К широко используемым в практике PR-акциям или специальным событиям можно отнести:

- выставки, ярмарки, фестивали;
- встречи, семинары, круглые столы, конференции, съезды, симпозиумы, конгрессы;
- годовщины, юбилеи, знаменательные даты;
- специальные премии, конкурсы;
- дни открытых дверей, экскурсии по компании;
- митинги, публичные дебаты, тематические вечера;
- банкеты, фуршеты;
- соревнования, викторины;
- парады, конкурсы красоты;
- спонсорские премии, благотворительные вечера, создание благотворительных и просветительских фондов;
- приемы, балы, презентации, кинофестивали;
- выезды на природу;
- церемонии открытия новых строительных площадок, закладку первого камня в фундамент;
- визиты заслуженных и выдающихся людей, церемонии встреч и проводов;
- отчеты о разрешении проблем, оглашение результатов опросов общественного мнения, социально-психологических исследований;
- церемонии открытия фестивалей, спартакиад и других масштабных мероприятий;
- оглашение новых назначений на ответственные посты;
- провозглашение нового политического курса, программ, изменений в политическом курсе, программах деятельности;
- любительские соревнования;
- встречи с известными спортсменами, коллективное посещение музеев, выставок, концертов, театральных спектаклей;
- встречи с выдающимися людьми, церемонии раздачи автографов;
- участие в общественных мероприятиях, благоустройство парков, улиц, детских площадок и др.;
- празднования государственных, национальных, религиозных праздников;
- мероприятия по чествованию дат истории и культуры других стран и народов.

Все перечисленные выше спецсобытия, которые предполагают встраивание PR-акции в уже планируемый сценарий социально значимого мероприятия, активно используются при продвижении своей продукции большинством компаний, но в последнее время получили распространение и новые формы спецсобытий, основанные исключительно на оригинальных креативных идеях маркетологов.

### **Контрольные вопросы:**

1. Значение PR-проектов в органах власти.
2. Специфика и особенности реализации PR-проектов в органах власти различных уровней