

Тема 3. Подразделение PR в функциональной структуре организации

План

1. Организационная структура и обязанности подразделения PR.
2. PR-отдел организации: преимущества и недостатки.
3. Интеграция функций PR-подразделений и консультативных PR-фирм.

Статус Паблик Рилейшнз

В общем виде процесс организации работы в сфере ПР состоит из двух основных компонентов: с одной стороны, это разработка стратегии общественного (публичного) аспекта организации, а с другой, -реализация этой стратегии.

При этом всё возрастающее значение для стратегии, выработки наиболее эффективных решений имеют обоснованные ответы на главные вопросы:

Что делать?

Что сказать общественности?

Как это сказать?

Место специалистов ПР, в большинстве случаев должно быть рядом с первыми руководителями.

PR начинается с высшего руководства

Репутация организации в значительной степени зависит от поведения её руководителей. Соответственно, пословица гласит: **«Рыба гниёт с головы»**.

От того, как поступает высшее звено менеджеров зависит восприятие и интерпретация ПР-усилий организации средствами массовой информации.

Два хрестоматийных примера: 1) В бутылках с минеральной водой американской фирмы «Сорс Перриэр» были обнаружены следы бензина. Фирма пыталась выкрутиться и потерпела крах.

2) А американская компания «Джонсон и Джонсон», честно признавшая свою вину, даже укрепила свои позиции в мире.

Шесть правил первых руководителей

- 1. Лично принимать участие в связях с общественностью.
- 2. Советоваться с ПР-профессионалами.
- 3. Учитывать социальные последствия принимаемых решений.
- 4. Поддерживать связь с внутренней и внешней общественностью.
- 5. Координировать практические действия с устными заявлениями.
- 6. Чётко определять цели в сфере ПР.

Штатные ПР-сотрудники организации

Если линейные руководители несут ответственность за общую политику организации, то задача штатных пиэрменов заключается в том, чтобы давать советы высшему руководству организации помогать персоналу в решении стратегических вопросов.

Руководство организации ожидает от штатных пиэрменов:

1. лояльности; 2. Помощи в принятии решений, содержащих ПР-аспекты; 3. Умения вербализовать принципы организации, содействовать их пониманию общественностью; 4. действий, мобилизующих всех членов организации, содействовать их пониманию общественностью; 5. работы среди членов организации, предотвращающей поступки или высказывания, способные повредить репутации организации

В свою очередь пиэрмены ожидают от руководства организации:

1) положительного лидерства с точки зрения требований науки и этики ПР; 2) личной поддержки одобренной политики в сфере коммуникации с общественностью; 3) Разработки таких стратегических планов, которые охватывали бы все направления работы среди различных групп общественности; 4) соответственного финансового обеспечения работы в сфере ПР, включая затраты на изучение общественного мнения, аналитическую работу и оценку эффективности выполнения программ; 5) оптимальной возможности для предоставления руководителям консультаций по вопросам эффективности их появления на публике.

Для работы в PR- отделе требуется компетентность в следующем:

- Знание стратегического и операционного менеджмента.
- Знание исследовательской работы.
- Знание переговорного процесса.
- Умение убеждать.

Функциональные обязанности отдела публик рилейшнз

1. Определение общей ПР-политики, 2. подготовка заявлений корпораций, 3. Паблицити для корпорации, 4. Паблицити продукции корпорации, 5. Связи с госорганами, 6. Связи с местным населением, 6. Связи с клиентами, 7. Приём гостей, 8. Институциональная реклама, 9. Донорская деятельность корпорации, 10. печатные органы для персонала компании, 11. Организация, координация и интегрирование всех направлений ПР-работы компании в целом и её подразделений, 12. Организация и выполнение учебных и специальных образовательных программ.

Преимущества

Четыре аргумента в пользу создания ПР-отдела внутри организации:

1. принадлежность пиэрменов к одной команде;
2. знание организации;
3. экономия средств организации при выполнении ПР-программ;
4. доступность в общении.

Недостатки

Лояльность пиэрменов может обернуться его эксплуатацией; доступность - привести к превращению его в мальчика на побегушках. *Выполняя общие с коллективом задания, можно незаметно для себя* 1.утратить способность объективно оценивать ситуацию, 2.оказаться в полной зависимости от начальника и превратиться в его угодника, 3.что в конечном счёте закончится дискредитацией роли и миссии штатного пиэрмена.