



Способы направления информационных потоков



Информационный ПОТОК

- ? **Информационный поток** — это совокупность циркулирующих между отдельными структурными элементами системы (подразделениями предприятия, отдельными лицами), а также между системой и внешней средой сообщений, необходимых для управления. Информационный поток может существовать в виде бумажных и электронных документов.

Виды информационных потоков

Горизонтальные и вертикальные

- В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СВЯЗЫВАЕМЫХ ПОТОКОМ СИСТЕМ

Внешние и внутренние

- В ЗАВИСИМОСТИ ОТ МЕСТА ПРОХОЖДЕНИЯ

Входящие и исходящие

- В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАПРАВЛЕНИЯ



Информационные средства

Паблисити

- создание новостей о лице, продукте или услуге, которые появляются в средствах массовой информации или печатных изданиях.

Пресс-эджентр

- деятельность, связанная с подготовкой и проведением мероприятий, привлекающих внимание общественности и подготавливающих почву для возбуждения интереса к паблисити.

Ньюс-релиз

- один или несколько напечатанных листов нужной информации, чтобы высветить интересующий общественность предмет.

Информационные пакеты

- используются, чтобы сделать достоянием общественности такие события, как пресс-конференции или «открытые дома».

Публичные выступления

- презентации, пресс-конференции, конгрессы и прочее.

Лоббирование

- информирование государственных чиновников в интересах клиента, воздействие на них для получения административных или законодательных преимуществ.

Вовлечение PR в Экономическое и социальное развитие общества.

- Осуществляется с помощью участия в различных социальных программах, финансирование образования, медицины, а также культурных мероприятий .

Примеры методов

Примеры средств и методов использования информационных потоки, для развития и дополнения рекламной деятельности:

- ? Публикация статей в газетах (ежеквартально); журналах, которые носят рекламно-информационный характер (рассказывается о достоинствах);
- ? Регулярное размещение рекламы в печатных источниках
- ? Издание рекламных буклетов компании (с фото и контактной информацией);
- ? Реклама компании на местном телевидении;
- ? Участие в региональных строительных семинарах, ярмарках, конференциях;



Примеры методов

- ? Размещение статей в сети Internet, обновление информации на корпоративном сайте.
- ? Благотворительная деятельность, спонсорство: финансирование тех или иных общественных мероприятий (для строительства школ, больниц, реставрации памятников архитектуры).
- ? Выпуск сувенирной продукции
- ? Размещение ежегодных и ежеквартальных отчеты в СМИ и на корпоративном сайте





Вывод



- ? Эффективность бизнеса и политики в современном обществе напрямую связаны с их поддержкой в обществе, которая на прямую зависит от продуманного и эффективного управления потоками информационного воздействия.
- ? Сегодня журналистско-информационная линия в деятельности специалистов по связям с общественностью все более склоняется к социально-управленческому, психологическому направлению в «дирижировании» потоками информации.
- ? Не стоит забывать, что эффективность PR зависит не от отдельных правильных приемов, а от совокупности всех методов, начиная с планирования и заканчивая реальной прибылью организации.