

# «Имиджевое продвижение и PR В Интернет»







WWWTECHAR







WWW.TECHAR



#### PR - это:

Профессор Рене Харлоу (США): «PR – это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью...».

Институт общественных отношений (IPR), созданный в Великобритании в 1948 году: «*PR* – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью».

Определение словаря иностранных слов, подготовленного в МГУ в 1995 году: «PR – организация общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия (учреждения, фирмы) и повышения его репутации. Осуществляется разными путями, но, прежде всего через СМИ. Искусство взаимоотношений между государственными (управленческими), общественными структурами и гражданами в интересах всего общества».

Edward Bernays: "Public Relations is a management function which tabulates public attitudes, defines the policies, procedures and interest of an organization followed by executing a program of action to earn public understanding and acceptance."

Известным английский PR-специалист Сэмом Блэком, автор первой изданной в СССР книги по PR: «Паблик рилейшнз" - это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности».

Словарь Уэбстера (Webster New International Dictionary): «"Паблик рилейшнз" - это содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки реакции».

Форум представителей более чем 30 национальных и региональных ассоциаций PR, собравшихся в 1978 г. в Мехико на первую Всемирную ассамблею ассоциаций PR, предложил следующую трактовку: «Практика "паблик рилейшнз" - это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководства организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности».

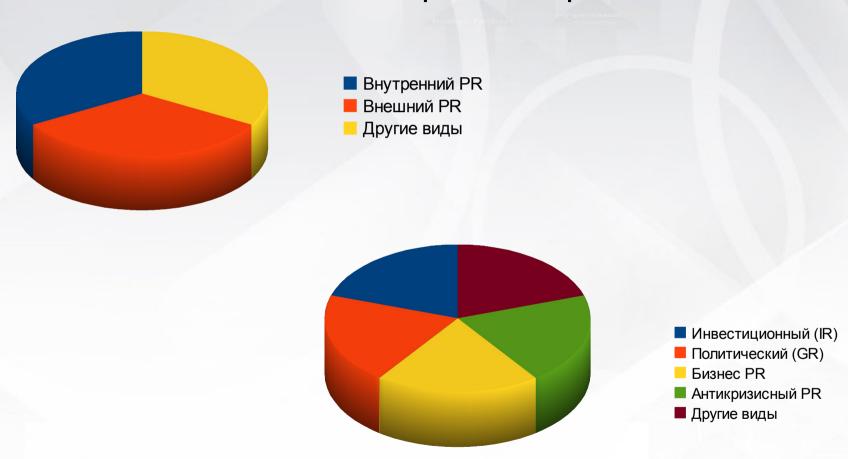
По определению ученых Российской академии государственной службы при Президенте РФ: «PR - это "специализированная, профессионально организованная деятельность управления, но управления особого рода. Это адресное управление состоянием общественного мнения в определенной сфере, корпоративными отношениями, осуществляемое ненасильственными (а не административно-командными) средствами».

А.П. Чумиков: «PR — это система информационно аналитических и процедурно - технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта».

. . .



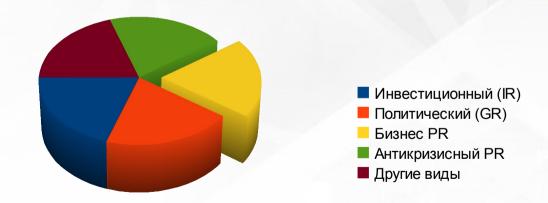
# Сегментирование рынка





# Сегментирование рынка







#### PR - это:

Профессор Рене Харлоу (США): «PR – это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью...».

Институт общественных отношений (IPR), созданный в Великобритании в 1948 году: «*PR* – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью».

Определение словаря иностранных слов, подготовленного в МГУ в 1995 году: «PR – организация общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия (учреждения, фирмы) и повышения его репутации. Осуществляется разными путями, но, прежде всего через СМИ. Искусство взаимоотношений между государственными (управленческими), общественными структурами и гражданами в интересах всего общества».

Edward Bernays: "Public Relations is a management function which tabulates public attitudes, defines the policies, procedures and interest of an organization followed by executing a program of action to earn public understanding and acceptance."

Известным английский PR-специалист Сэмом Блэком, автор первой изданной в СССР книги по PR: «Паблик рилейшнз" - это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности».

Словарь Уэбстера (Webster New International Dictionary): «"Паблик рилейшнз" - это содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки реакции».

Форум представителей более чем 30 национальных и региональных ассоциаций PR, собравшихся в 1978 г. в Мехико на первую Всемирную ассамблею ассоциаций PR, предложил следующую трактовку: «Практика "паблик рилейшнз" - это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководства организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности».

По определению ученых Российской академии государственной службы при Президенте РФ: «PR - это "специализированная, профессионально организованная деятельность управления, но управления особого рода. Это адресное управление состоянием общественного мнения в определенной сфере, корпоративными отношениями, осуществляемое ненасильственными (а не административно-командными) средствами».

А.П. Чумиков: «PR — это система информационно аналитических и процедурно - технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта».

. . .



#### PR - это:

Профессор Рене Харлоу (США): «PR – это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью...».

Институт общественных отношений (IPR), созданный в Великобритании в 1948 году: «*PR* – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью».

Определение словаря иностранных слов, подготовленного в МГУ в 1995 году: «PR – организация общественного мнения в целях наиболее успешного функционирования предприятия (учреждения, фирмы) и повышения его **репутации**. Осуществляется разными путями, но, прежде всего через СМИ. Искусство взаимоотношений между государственными (управленческими), общественными структурами и гражданами в интересах всего общества».

Edward Bernays: "Public Relations is a management function which tabulates **public** attitudes, defines the policies, procedures and interest of an organization followed by executing a program of action to earn **public understanding and acceptance**."

Известным английский PR-специалист Сэмом Блэком, автор первой изданной в СССР книги по PR: «Паблик рилейшнз" - это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности».

Словарь Уэбстера (Webster New International Dictionary): «"Паблик рилейшнз" - это содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки реакции».

Форум представителей более чем 30 национальных и региональных ассоциаций PR, собравшихся в 1978 г. в Мехико на первую Всемирную ассамблею ассоциаций PR, предложил следующую трактовку: «Практика "паблик рилейшнз" - это искусство и социальная наука, позволяющие анализировать тенденции, предсказывать их последствия, консультировать руководства организаций и претворять в жизнь планируемые заранее программы действий, которые служат интересам как организаций, так и общественности».

По определению ученых Российской академии государственной службы при Президенте РФ: «PR - это "специализированная, профессионально организованная деятельность управления, но управления особого рода. Это адресное управление состоянием общественного мнения в определенной сфере, корпоративными отношениями, осуществляемое ненасильственными (а не административно-командными) средствами».

А.П. Чумиков: «PR — это система информационно аналитических и процедурно - технологических действий, направленных на гармонизацию **взаимоотношений** внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта».

• • •



Организация
Общественность
Общение
Обмен информацией
Общественное мнение
Доброжелательное отношение
Взаимопонимание
Репутация

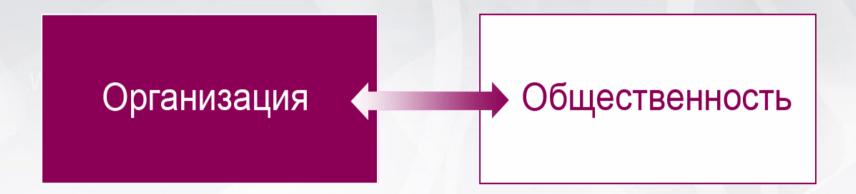




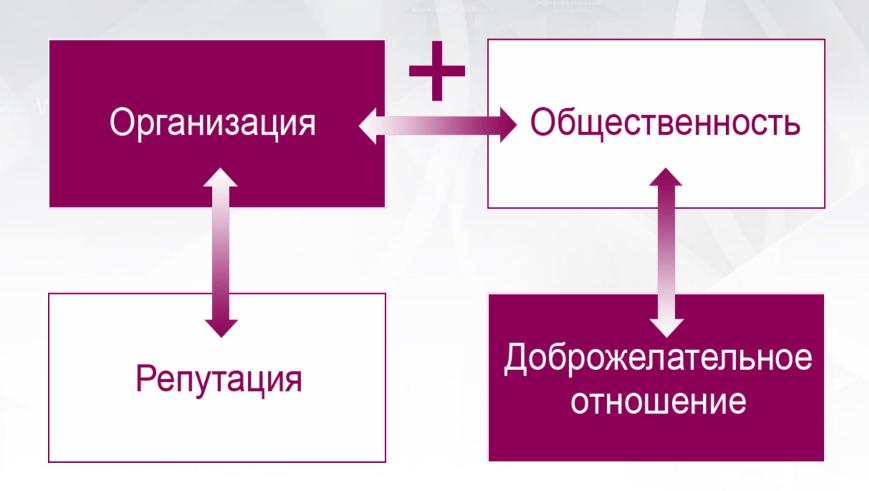
Организация

Общественность











#### Информационное поле

Подбор ключевых интернет-ресурсов

Информационные и аналитические материалы

Мониторинг информационных интернет-ресурсов

Собственные каналы вещания

Пресс-портреты

#### Акции и проекты

Участие в интернетконкурсах, рейтингах и т.п.

Разработка собственных проектов

Различные виды спонсорской и информационной поддержки



Информационное поле



Подбор ключевых интернет-ресурсов

**---**

Специализированные

Авторитетные

Территориальный признак

Другие целевые ресурсы

Информация о NAYADA размещается на **300+** отраслевых и общетематических интернет-ресурсах

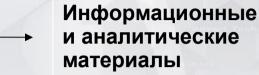








#### Информационное поле





# 24.04.2009 «Текарт» на объединенной конференции РИФ+КИБ

Народный выбор - SONY		ьно в ви сложности
<ol> <li>ионя портал htillews подвел итоги второй части конкурса - «Лучший сайт производителя Hi-Fi. Народный выбор». Аудитория сделала свой выбор в пользу</li> </ol>		енную мини-
SONY.		-маркетнига
	b, JVC,	жоды к е сайтов в орами.
		яга, выступил
techart)		были плексного , на практике
MAPKETWHFORAR FPYTITA "TEXAPT"		
21.05.2009	p 10	ном рейтинге ректов . Во них оставили
«Текарт» в очередной раз поделится опытом		ETHMUT, NIN
10 июня состоится очередной сешинар МГ «Текарт» для клиент партнеров. Мероприятие организуется при поддержке Университе		некоторые из
«Текарт» (www.edu-techart.ru).	era Henn, a Mno. Mtor	Bishesa - s no log zde
Предварительный список тем:		лоя. Удинила
Последние тренды поисковых систем;     Имилиевое продвижение и РR:		нтактов», —
<ul> <li>имиджевое продвижение и РК;</li> <li>Возможности системы статистики Google Analytics;</li> </ul>	еанная на	_
<ul> <li>Представление и анализ кейсов проектов "комплексный интернет-маркетинг"</li> <li>Обзор докладов ведущей конференции рунета "КИБ + РИФ";</li> </ul>	ly our nac	Текарт » - семинары и клиентов и
<ul> <li>Новый формат отчетности услуги "комплексный интернет-маркетинг".</li> </ul>	TURMOIÚ SMUS VEM	
Традиционно на семинар приглашаются представители компаний-клиентов партнеров «Текарт»: 3/C, Икаchi, Вбк, "Норильский Никель", "Тородское так REMMERS, "Старатели", NAYADA, QTECH, "Энеогохабара", LETO, "Товно-Лин	S M CH <sup>o</sup> ,	operate of octobe: pagers as a sample of
"Beracoso", RGBTour, ASA, Rolsen, Overton, Iberi и мнолих других.	w.,	45 COO BILES
	FRANKRIKI	
Мероприятие является открытым для прессы. Приглашаются представи информационных он-лайн ресурсов и других видов СМИ.	и всех нели	
«Текарт» представят проект-менеджеры и руководители департаментов. Параллельно с программой докладов будут проводится индивидуальные	u mela	
консультации. Участники семинара смогут пообщаться спредставителями ос департаментов «Текарт»:	CHOSHNAX ITABRAPT NI. Ha	
Research.Techart - маркетинговые исследования;	sonors f,	
Photo, Techart — фотовгентство; Design Techart — визайн-боро;		
Desgr. rechart — дизаин-оюро,		

#### Евгения Палевская

Постоянный адрес этой статьи: http://kopchenkov.com/2009/05/14/palevskaya



Преж де всего — находить в испол климат внутри ој

Лумаю качества Как влияет бизн Мне приходится новых качеств и как художник, об внеш ностью и х; противоречивые люди одной кате менеджеры, ряд атих людей прих

Рынок услуг фот правила игры, кг плохо формализ надежного фото любые задачи за

быть оффективным на своем месте?
В перую серель небоюдими учеть организевать рабочий процес, уметь расстанты прирептеты и учеть синцентирироваться на пере отстаниих задачах. Для того ктобы быть в сеоружим — повышать урезень: обучаться, узывать можным своем с овсемых быновым, интерессаться ствы, то проексодит в той же отраили в других странах и как там рак автота и пиме оробитами.

Руководитель компании должен ставить перед собой реальные цели, любить свое дело и отдаваться ему целиком. Однако при этом настоящего успеха, навериее, можно добиться только

#### Евгения Пармухина

ный адрес этой статьи: <u>http://kopchenkov.com/2009/04/30/parmuhina</u>



Когда задунывался проект Совет директоров, я в первую когда задушна ался проветт сов'єт директоров, в в перрую очередь думало бинтерьво слюдами, у когорых уже есть серьевный управленкеский и кизненный опыт. Но таксе интерьекою узатать, что думате человае, ступише шій из директорский путь в относительно раннем возрасте. И сегоди такое интерьью так раз публикуетов. Энакомитесь — Езгения Пармужина, молодой урководитель молодой компании

Отдельное спасибо PR-служ бе группы Techart за помощь с интервью.

быть оффективным на опеке месту ликарем и гранической приментым объективным объективным на опекем месту ликарем и приверси применентым объектым об

Я думаю, то многие качества являются врож денимин или привитмин в детств е, например, омелость решительность, расчетния отсть, аналитический силад ума и др., жаратеризующие личностьме особенности, поэкольношеце достигить диней, подинажель по вазрерной пененице или развилы ас свой біннос с унуж. Но другие важиме качества, свазначные с учемнем угравитьт и быть эффективным в бінносе, приходиться сочитьсям и упитимуются руководитьсям созмательно.

Как влиме бознек, которым Вы занимаетсы, на розвитие Вашей личности?

Опщифик нама по бинаси сезала и необозарижеть онати и понишать мися есто адпекта самых размых рымсе — от технополий до том жонгуры и перопатти. Томко в ысовой уровки, в размых рымсе — от технополий до том жонгуры и перопатти. Томко в ысовой уровки, в размых размых рымсе — от технополий до том жонгуры и перопатти. Томко в ымизати причерами. 

вимататильми, заилитильмых, соещьетрироз виним и уделти боль о в никалис своим упофразозамом. В техно колопи седулитата се дурие законе профессов на свое к пиль, е 
повежнух сетом в заилитильмых, соещьетрироз винима техновие предеставить об верх в 
повежнух сетом в заилитильмых до техновить об верх в 
повежнух сетом в заилитильмых разможений разможени

Пресс-релизы

Экспертные комментарии, интервью

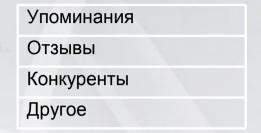
Статьи, аналитика

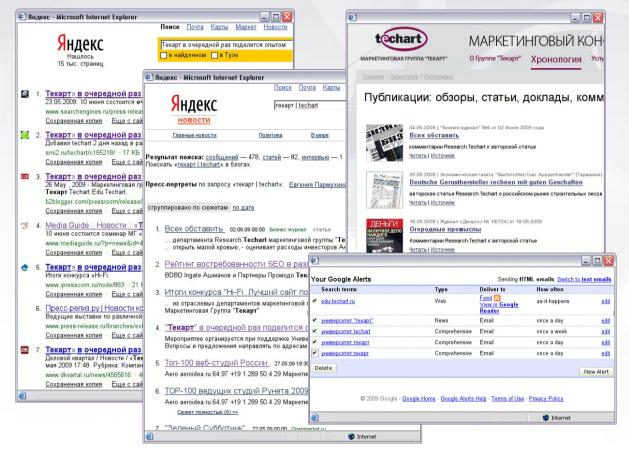
Другие



#### Информационное поле

Мониторинг информационных интернет-ресурсов



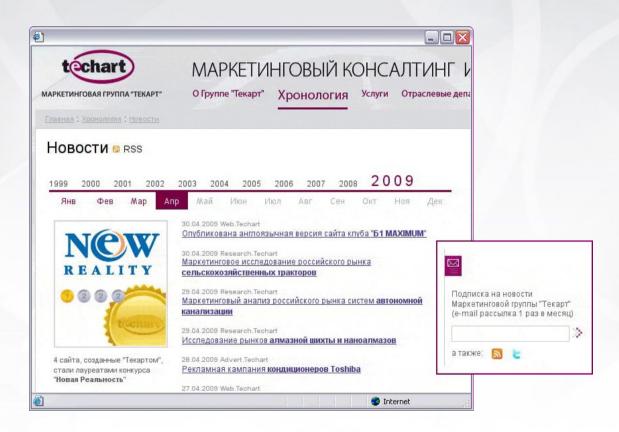


www.techart.ru Cτp. 15/20



Информационное поле — Собственные каналы вещания

Корпоративный блог Новости на сайте Рассылки Другое





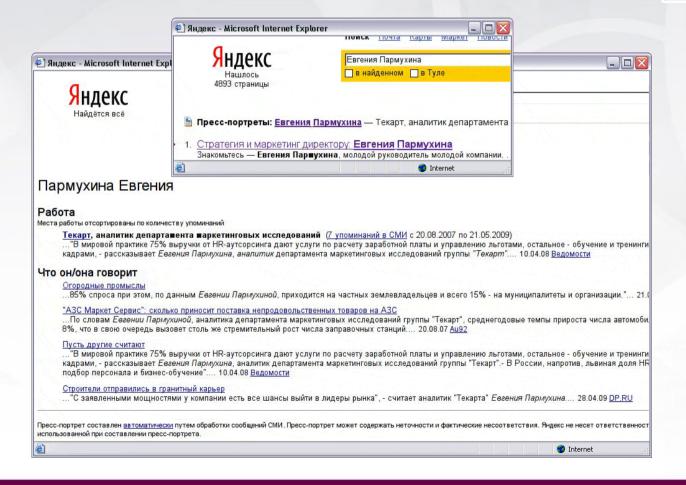
www.techart.ru Cτp. 16/20



#### Информационное поле

**—** Пресс-портреты —

Руководство Специалисты Спикеры



www.techart.ru Cτp. 17/20



Акции и проекты

→ K

Участие в интернетконкурсах, рейтингах и т.п.

-

Профильные Общетематические Другие

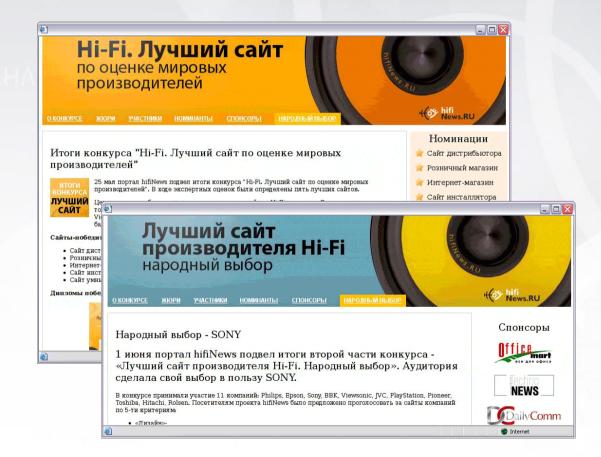




Информационное поле



Разработка собственных проектов



www.techart.ru Cτp. 19/20





Информационное поле



Различные виды спонсорской и информационной поддержки



















