

**«Информационные потоки и PR-менеджмент
в системе государственного и муниципального управления»**

(8 академических часов)

- 1. Современный PR органов публичного управления, подведомственных учреждений и официальных лиц. Компетенции PR-специалиста**
 - *Информационные потоки органа публичной власти и задачи управления ими.*
 - *Основы работы со СМИ и социальными медиа.*
 - *Формирование и управление имиджем органа власти, подведомственного учреждения и официального лица.*
 - 2. Работа со средствами массовой информации**
 - *Управление связями со средствами массовой информации. Формальные требования работы со СМИ, правила делового оборота в медиарелейнз, аналитика и креатив.*
 - *PR-тексты для медиа. Технология написания пресс-релизов для редакций.*
 - *Антикризисный PR. Составление плана работы с медиа в кризисной ситуации.*
 - *Основы продюсирования и организация производства аудиовизуального контента для органа публичной власти.*
 - 3. SMM и работа с социальными сетями (ВКонтакте, Одноклассники) органов публичной власти, подведомственных учреждений и официальных лиц**
 - *Создание контента для социальных сетей. Требования, предъявляемые к официальному контенту органов публичной власти.*
 - *Визуальное оформление социальных сетей. Ограничения при работе с оформлением социальных сетей органов публичной власти.*
 - *Виды тем: актуальные, виральные, горячие темы. Правила работы с разными видами новостных сюжетов.*
 - *Организация работы с аудиторией органов публичной власти.*
 - *Организация работы с сообществами (комьюнити). Установление правил сообщества. Стимулирование сообщества. Механизмы развития социального сообщества.*
 - 4. Принципы позиционирования официальных лиц, органов власти, организаций в СМИ и соц. медиа. Выработка медиа-стратегии. Типовые медиа-стратегии**
 - *Построение медиа-профиля организации, официального лица. Основные элементы.*
 - *Медиа-стратегия органов власти и должностных лиц. Целевая аудитория. Месседж, тема, инфоповод. Выбор медиа-платформы, СМИ, SMM. Форматы подачи.*
 - *Типовые медиа-стратегии. Непрерывная, пульсирующая, прерывистая. Построение собственной медиа-стратегии.*
 - 5. Инфлюенсеры. Построение медиа-стратегии позиционирования органа публичной власти и персональной медиа-стратегии официального лица**
 - *Понятие инфлюенсеров в медианпространстве. Современные требования к инфлюенсерам. Основы работы инфлюенсера с комьюнити.*
 - *Построение медиа-стратегии позиционирования инфлюенсера. Определение целевой ниши. Выбор площадки. Визуальная концепция. Выбор контента. Работа со «stories». Продвижение.*
 - 6. Формирование и продвижение «личного бренда» руководителя и организации**
 - 7. Ответы на вопросы**
-

Заявку на участие по форме (размещена на сайте: cit-kuban.ru в разделе «Онлайн-мероприятия») направлять на E-mail: cit-obuchenie@cit.krasnodar.ru

Справки по телефонам: 8(861) 298-12-68, 298-12-69.