

**«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 (коммьюнити). 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 медиaprостранстве. Современные требования к инфлюенсерам. Основы работы инфлюенсера с коммьюнити.
 - 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**
-