

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ. СЕКЦИЯ 2

РОЛЬ ПРЕСС-ЦЕНТРА В ПРОДВИЖЕНИИ КАНДИДАТА ВО ВРЕМЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

ФАДЕЕВА Д.С., ФГБОУ ВО "АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Цель: определить роль пресс-центра в продвижении кандидата во время избирательной кампании.

Задачи:

- » рассмотреть сущность, функционал и структуру пресс-центра;
- » выявить особенности современного пресс-центра;
- » определить преимущества использования пресс-центра как PR-инструмента.

Пресс-центр - информационная служба, основной целью которой является PR - сопровождение политической партии или кандидата на протяжении предвыборного периода, а также непосредственное осуществление взаимодействия кандидата или политической партии с целевой аудиторией и средствами массовой информации.

Мультифункциональность деятельности современного пресс-центра в избирательный период:

СМИ	Кампания	Имидж
» Выстраивание отношений со СМИ;	» Информационное обеспечение Интернет-площадок;	» Создание и поддержание положительного имиджа в сознании аудитории;
» Подготовка материалов для публикации в СМИ.	» Спичрайтинг;	» Формирование индентификации кандидата .
	» Информационное сопровождение деятельности кандидата .	

ПРЕСС - СЕКРЕТАРЬ

организация и контроль деятельности
пресс-центра, выбор основной стратегии

ЖУРНАЛИСТЫ

подготовка материалов для СМИ,
мониторинг СМИ

ФОТОГРАФЫ

фоторепортажи, подготовка
визуального сопровождения кампании

ДИЗАЙНЕРЫ

разработка полиграфической
продукции, брендбука кампании

SMM - СПЕЦИАЛИСТ

ведение социальных сетей, поддержание
непрерывного существования кандидата в
информационном поле социальных сетей

Особенности современного пресс-центра

КЛЮЧЕВЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ С 2017 ГГ.

- » Наличие в команде новых специалистов (копирайтеров, SMM-специалистов, SEO-специалистов), обеспечивающих эффективную работу с электоратом на Интернет-платформах;
- » Создание информационных поводов и инициирование их публикаций в электронных СМИ;
- » Непосредственное общение с электоратом в режиме онлайн;
- » Охват новых информационных каналов: сайтов, социальных сетей, Интернет-ресурсов.

КОНТРОЛЬ

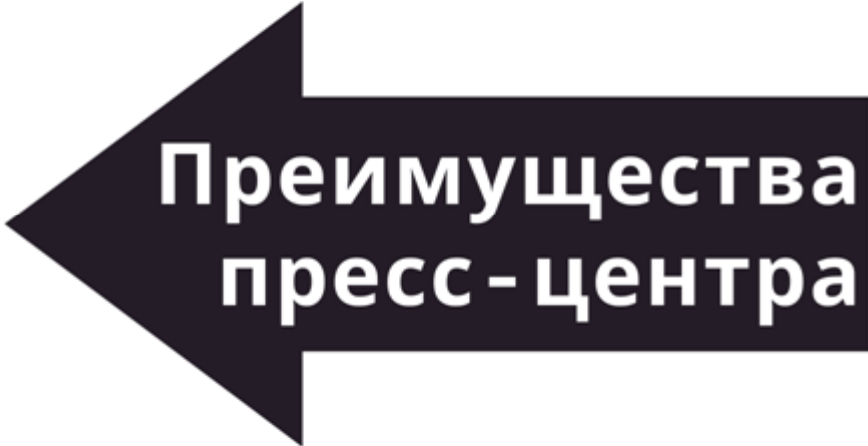
Позволяет осуществлять мониторинг информационных поводов о кандидате, а также следить за изменениями отношения электората.

ГИБКОСТЬ

Быстрая обучаемость специалистов и мгновенное изменение стратегии, в случае необходимости.

ОТКРЫТОСТЬ

Использование новейших информационных технологий для обеспечения непосредственного общения с электоратом



**Преимущества
пресс-центра**

КЛЮЧЕВАЯ РОЛЬ ПРЕСС - ЦЕНТРА

**В ПРОДВИЖЕНИИ КАНДИДАТА ВО ВРЕМЯ
ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПЕРИОДА ПРЕСС-ЦЕНТР
ВЫПОЛНЯЕТ РОЛЬ СИЛЬНОГО PR-ИНСТРУМЕНТА!**

КОТОРЫЙ БЛАГОДАря СВОЕЙ ЧИСЛЕННОСТИ И ПРАВИЛЬНОМУ
РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ОБЯЗАННОСТЕЙ, СПОСОБЕН БЫСТРО
РЕАГИРОВАТЬ НА ПОЯВЛЕНИЕ ВОЗНИКАЮЩИХ ПРОБЛЕМ И
СВОЕВРЕМЕННО ИХ РЕШАТЬ.

Вывод

Создание пресс-центра и грамотная организация его работы позволит кандидату эффективнее реализовать предвыборную программу, а также создать оптимальные условия для достижения основных целей избирательной кампании.



Источники:

1. Воробьева Т.А. PR – сопровождение: понятие и концепция/ Т.А. Воробьева// Научные ведомости. – 2018. – №26 (197). – С. 75-76.
2. Лазарева В.Н. Политический PR как вид коммуникации с обществом/ В.Н. Лазарева// Инновационная наука. – 2016. – № 10. – С. 210-211.
3. Михеидиева У.М. Политический пиар как средство влияния на общественное сознание / У.М. Михеидиева//JuvenisScientia. – 2019. – №1. – С. 36-37.
4. Ольшанский Д.В. Политический PR / Д.В. Ольшанский. – Москва: Питер, 2009. – 399с.
5. Сулова О.О. Организация работы современного пресс-центра / О.О. Сулова // Молодой ученый. – 2019. – №24. – С. 43-45.