



АНОНС

План мероприятий Пермского представительства Российской Ассоциации по связям с общественностью на 2008-2009 г.г.

Дата проведения	Дата начала приема заявок	Мероприятие	Организатор
24-25 октября 2008 г.	28.08.2008г. – 23.10.2008г	Семинар-тренинг «Маркетинговые основы управления коммуникациями» PR, Branding, ATL/BTL-Реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации – «Под ключ». Автор и ведущий: Валерий Музыкант (г. Москва).	Коммуникационная группа «PR-ПРОЕКТ» т.(342) 237-48-58, т/ф (342) 218-21-42 dirpr@proekt.perm.ru
Ноябрь 2008 г.		Семинар-практикум «Корпоративный PR». Автор и ведущий: Алексей Кривоносов (г. Санкт-Петербург).	Коммуникационная группа «PR-ПРОЕКТ» т.(342) 237-48-58, т/ф (342) 218-21-42 dirpr@proekt.perm.ru
20 января 2009 г.	31.10. 2008г.– 26.12.2008г.	Церемония награждения. Межрегиональный конкурс «Корпоративный календарь – 2009».	Коммуникационная группа «PR-ПРОЕКТ» т.(342) 237-48-58, т/ф (342) 218-21-42 manager@proekt.perm.ru
4-5 февраля 2009 г.	01.10.2008г. – 03.02.2009г.	ТРЕТЬЯ межрегиональная конференция «Ломая стереотипы. Репутация: реальность и мифы».	Рекламно-политическое агентство «Кучер» т. (342) 210-35-24, т/ф (342) 212-02-38
01-10 марта 2009 г.	10.10. 2008г. – 20.02.2009г.	Церемония награждения. Региональный тур открытого Всероссийского Конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный Апельсин».	Консалтинговый центр «Площадь круга» т.(342) 241-07-00, т/ф (342) 241-06-56
Апрель 2009 г.		Образовательный семинар	Коммуникационная группа «PR-ПРОЕКТ» т. (342) 237-48-58, т/ф (342) 218-21-42 dirpr@proekt.perm.ru

Семинар-тренинг 24-25 октября

Маркетинговые основы управления коммуникациями PR, Branding, ATL/BTL-Реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации – «Под ключ»



Валерий Музыкант
Доктор социологии, профессор Академии народного хозяйства (АНХ) при Правительстве РФ, председатель аттестационной комиссии по программе MBA (Master of Business Administration) Маркетинг – Высшей школы международного бизнеса (АНХ), эксперт Президиума Учебно-методического объединения Минобразования РФ по специальности «Реклама».

В программе

Тема 1. Принципы мотивации клиента на массовых и VIP-рынках (пирамида А.Маслоу, матрица Э.Роджерса). ATL-и BTL-реклама, особенности TTL-рекламы. Мотивация в рекламной практике и брендинге. Типы рекламных текстов и режиссура поведения продавца в различных системах коммуникаций и с различными типами клиентов.

Тема 2. Эволюция маркетинговых подходов и современные особенности. Психология маркетинга в личных продажах. Товар – услуга. Личность – бренд. Создание нематериальных активов собственного имиджа. Коммуникативные потребности адресата и построение эффективных коммуникаций через мономаки и «Я-роли». SWOT-анализ поведения интровертов и экстравертов (тест Г.Айзенка и тест Э.Берна).

Тема 3. Реклама как управляемый фактор маркетинга: 7P's. Основные рекламные подходы как реакция на различные типы рынков – УТП (уникальное торговое предложение), имиджирование, позиционирование, конкурентные преимущества, интегрированная маркетинговая коммуникация, брендинг.

Тема 4. Коммуникации на различных рынках: растущих и зрелых. Роль рекламы в узнавании марки – управляемых факторов маркетинга в построении платформы бренда. Слияния и поглощения – матрица GE/McKinsey.

Тема 5. Фирменный стиль и принципы построения сильных брендов. Торговая марка и бренд. Управление брендом. Формирование марочного портфеля предприятия. Бостонская матрица и поведение клиентов на различных этапах ЖЦТ (жизненного цикла товара).

Тема 6. Бюджетное и рекламное обеспечение бренда на различных этапах ЖЦТ. Эффективные модели бренд-коммуникаций: создание и оценка. Технологии превращения марки в бренд.

Тема 7. Практический анализ рекламных роликов и рекламных текстов – архитектура визуальной рекламы.

Тема 8. Эффективные приемы копирайтера (текстовика): композиция печатных текстов в брендбилдинге, эффект незавершенного действия в ППР (директ мейл) и рекламных публикациях различных жанров.

Тема 9. Стратегический марке-

тинг (тренды рисков и прогнозирование затрат – матрица И.Ансоффа), конкурентная разведка средствами рекламы (практическая работа).

Тема 10. Основы медиапланирования – выбор оптимальных каналов и особенности продвижения брендов в массовом, дифференцированном и концентрированном маркетинге.

Тема 11. Связь организационной культуры и управленческих форм при выработке стратегии развития бизнеса. Основные аспекты строительства бизнеса как бренда: организационные кризисы и пути их преодоления при построении компании-бренда.

Кейсы на протяжении всех тем, тесты на остаточные знания, и оценка креатива в современных медиа (brand comprehension).

Участники семинара получают в подарок книгу Валерия Музыканта «Реклама в действии».

Семинар пройдет по адресу:
г. Пермь, ул. Орджоникидзе, 12,
3 этаж,
пресс-центр ФИА «ИТАР-ТАСС
Пермский край».
Телефон: (342) 237-48-58,
т/ф 218-21-42
dirpr@proekt.perm.ru

Начало славных дел

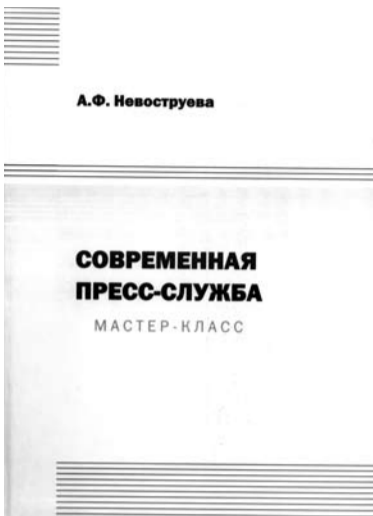


В Перми растет новое поколение PR-специалистов. Будучи студентами, они уже достойно представляют наш край на всероссийских конкурсах.

За 2007 год у пятикурсницы ПГТУ Ольги Коробейниковой сразу две победы в студенческом конкурсе «Хрустальный апельсин»: I место в пермском региональном туре и II место – во всероссийском. Для участия в конкурсе Ольга написала работу, куда вошли ее идеи, размышления и результаты реализованного совместно с коммуникационной группой «PR-ПРОЕКТ» специального мероприятия – конференции для специалистов по PR, маркетингу и рекламе. На вопрос о своей успешной деятельности, она ответила так: «В любом деле главное – азарт, настрой, с которым ты подходишь к работе, и помощь профессионалов, опыт которых особенно важен для молодого специалиста. Возможно, в этом и есть мой успех».



Осмысление практики PR



А.Ф. Невоструева

В Перми издана книга доцента кафедры иностранных языков и связей с общественностью гуманитарного факультета ПГТУ Антонины Невоструевой «Современная пресс-служба», ведущей мастер-класс по этой дисциплине.

Содержание книги выверено временем, журналистской практикой, работой в сфере взаимодействия с

общественностью. В ней рассматриваются вопросы PR-деятельности в системе социальной коммуникации, российская специфика публичных отношений, основные направления работы современной пресс-службы, теоретически обосновывается ее роль и значение в основных сферах жизни общества: экономике, политике, гражданских отношениях.

Особенностью книги является прикосновение к темам, о которых, практически, не принято говорить. Психологические аспекты вхождения молодых специалистов в сложившийся коллектив; коммуникативные ошибки новых сотрудников в общении с людьми старшего поколения; интриги; «обслуживающий» аспект профессии пресс-секретаря; борьба среди сотрудников за доступ «к телу» первого лица организации; политическая составляющая PR-деятельности; неблагодарность людей, зависть и другие темы, которые, на первый взгляд, могут восприниматься как некорректные, а в реальной практике играют в становлении профессионала существенную роль.

Автор на страницах книги поднимает весьма актуальную тему репутации самого дела связи с общественностью, так как понятие «PR» у отдельной части общества ассоциируется с чем-то неприличным и, прежде всего, с обманом, а в массмедиа активно отражается линия, передающая идею обмана: «пропиариться», «черный» PR, «раскрутка», «разводка» и другие.

Значительное место в книге занимает практикум по организации пресс-служб, методике их работы со СМИ, даются конкретные и концептуальные ориентиры действий для пресс-секретаря. Представлены авторские PR-документы, раскрывающие тонкости работы пресс-секретаря из личной практики.

Вышедшая книга – определенный результат осмысления практики PR, институализации современных пресс-служб в системе связей с общественностью. Издание может быть интересно всем, кого волнует проблема репутации профессии и профессионализма тех, кто занимается PR-деятельностью.



Антонина Невоструева, профессиональный журналист, специалист в области социальной коммуникации, имеющая опыт работы на заводе, в образовании, на радио, в газете, на телевидении, в телекоммуникационной отрасли.

Будучи заместителем генерального директора компании «Уралсвязьинформ», создала пресс-службу, а за-

тем департамент по взаимодействию с общественностью, СМИ и органами государственной власти.

Автор нескольких книг, среди которых: «Гимназия имени Дягилева», «Камкабель: портрет на память», «Семь жемчужин», сценариев документальных фильмов: «Пермгеофизика», «Завод аппаратуры дальней связи», «Пермская ГРЭС», «Завод «Камкабель», «Линия жизни Виктора Суетина», ряда публикаций в профессиональных изданиях.

Разработчик авторской учебной программы: «Современная пресс-служба», доцент кафедры иностранных языков и связей с общественностью ПГТУ, ведущая «мастер-класс» по этой дисциплине.

Член Союза журналистов России, член Правления Пермской краевой организации Союза журналистов России, член РАСО. За заслуги перед отечественной журналистикой награждена Памятным Знаком «300 лет российской прессы» и Почетной грамотой Союза журналистов России за большой вклад в развитие российской журналистики и в связи с 50-летием Пермской краевой журналистской организации.

Первый семинар Direct Marketing

На сегодняшний день пермский бизнес переживает стадию роста и развития технологий маркетинга. Формула успеха компании как на крупных, так и на локальных рынках подразумевает грамотное использование современных инструментов торговли. Среди таких новшеств можно выделить и разновидность прямого маркетинга – Директ Мэйл (DM).

В бизнес-пространстве Перми данная услуга пока в новинку, однако, молодая компания DMService уже приступила к активной работе по созданию DM рынка в Перми.

Использование адресных и безадресных рассылок в комплексе с другими составляющими маркетинга обеспечи-

вает максимальное достижение задач, поможет спланировать оптимальную маркетинговую программу и увеличит эффект от рекламных кампаний.

Ресурсы компании DMService позволяют формировать базы данных, оказывать услуги телемаркетинга, проводить качественные рассылки как по физическим, так и по юридическим лицам в любых объемах.

DM воспринимается в Перми как экзотика. При этом он давно, широко и активно применяется во многих городах России как эффективный инструмент продвижения. Что уж говорить о США, где расходы на DM составляют 20% от общих рекламных бюджетов.

Это актуальная и востребованная тема для рекламного рынка г. Перми. Многие маркетологи г. Перми задаются следующими вопросами:

- Как правильно и грамотно сформировать базу данных потенциальных или существующих клиентов?
- С чего начать рассылку печатной продукции?
- Какая форма письма наиболее привлечет получателей?
- От чего зависит количество откликов?
- Как определить оптимальную стоимость затрат на DM проект?
- Каким образом осуществляется контроль рассылок?

Именно по этому 22 августа

DMService организовал интерактивный практикум «Стратегия и приемы one-to-one коммуникаций. Построение отношений инструментами DM». Семинар длился весь день, вели его самые искушенные практики директ-маркетинга в СНГ – руководители крупнейшего DM-агентства OS-Direct Лилия Горелая и Валентин Калашник.

Мастер-класс позволил улучшить свои навыки, дал новые идеи маркетологам, PR-специалистам.

Всю интересующую информацию о компании DMService Вы можете узнать на сайте www.DMSperm.ru или по телефону 219-69-79.

Руководитель - Мишланова Наталья.



ВИЗИТКА



Коммуникационная группа «PR-Проект» ведет свою деятельность с 2003 года. Консультационные услуги, создание и реализация стратегических программ, рекламные кампании, работа со СМИ, PR-деятельность. Мероприятия, организованные группой «PR-Проект», проводятся с максимальной эффективностью для партнеров. Сотруднические отношения сложились как с пермскими компаниями, так и компаниями федерального уровня. Рекламные и PR-проекты группа осуществляет в различных российских регионах. Высокоорганизованная команда

профессионалов и качественное выполнение коммуникационных задач помогли многим предприятиям в продвижении и позиционировании на рынке.

PR-Проект – один из основателей созданного в Пермском крае некоммерческого партнерства Пермского представительства Российской Ассоциации по связям с общественностью (НП ПП РАСО).

614000, г. Пермь
Топольевый переулок, 10, оф. 10
Тел./факс (342) 218-21-42,
237-48-58
www.proekt.perm.ru



Консалтинговый центр «Площадка Круга» с 1999 года оказывает услуги в области репутационного менеджмента, организации избирательных кампаний, разработки рекламной стратегии, кризисного консультирования, социологических и маркетинговых исследований, мониторинга СМИ, BTL, event-маркетинга. С 2000 года специалисты КЦ «Площадка Круга» читают курс «Теория и практика связей с общественностью» в Пермском Государственном техническом университете.

Биография проектов на-

считывает более 90 реализованных программ рекламного и PR-сопровождения местного, регионального и федерального уровня, а также более 80 избирательных кампаний.

КЦ «Площадка Круга» является членом Международного института репутации.

614010, г. Пермь
Комсомольский проспект, 82
Тел.: (342) 241-06-56,
249-50-53



Москва, Санкт-Петербург, Пермь, Екатеринбург

Агентство работает более 10 лет на российском рынке рекламы и PR (Пермь и Пермский край, Москва, Санкт-Петербург, Ленинградская область, Астрахань, Екатеринбург, Минеральные воды).

Основные направления деятельности: комплексные рекламные и PR-кампании, антикризисные программы и проекты, медиаконсалтинг, политический PR, Event направление (городские праздники, спартакиады, презентации, пресс-конференции, круглые столы, корпоративные мероприятия), маркетинговые и социологические

исследования, маркетинговая аналитика/оценка, BTL, дизайн, сувенирно-презентационная и полиграфическая продукция, музейные экспозиции (разработка концепции музея и его создание), создание и размещение наружной рекламы, изготовление корпоративных и презентационных фильмов, проведение выборов кампаний «под ключ», информационно-консультативные услуги депутатской деятельности.

614000, г. Пермь
ул. Коммунистическая, 12
Тел./факс: (342) 212-02-38,
210-39-33