

PR — ЭТО ПРОСТО

**РОМАН
МАСЛЕННИКОВ**

МАНИФЕСТ ПИАРА:

**ПРИНЦИПЫ КОНЦЕПЦИИ
КОММУНИКАЦИОННОГО
ЛИДЕРСТВА**

12+

PR – это просто

Роман Масленников

**Манифест Пиара:
принципы концепции
коммуникационного лидерства**

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

Манифест Пиара: принципы концепции коммуникационного лидерства / Р. М. Масленников — «Автор», 2013 — (PR – это просто)

Коммуникационное лидерство – вот в чем смысл и цель пиара и пиарщика, его приносящего. В мини-книге, состоящей из бесед со студентами РУДН весной 2013 года, по PR-углом освещаются такие случаи современные кейсы, как: – Смерть Бориса Березовского; – Ситуация на Кипре; – Информационная атака на сеть «ВКонтакте»; а также PR-примеры из 90-х («кто и зачем покупал ИТАР-Тасс?»), художественной литературы («почему США запустили НЛО?») и личной PR-практики. Вы хотите узнать, как проложить гладкий скоростной хай-вей в голове Вашего клиента, чтобы он при каждом удобном случае «мчался к Вам на всех порах»? Тогда быстрее читайте данную мини-книгу!

Содержание

Вступление	5
Предупреждение!	6
Бонусы	7
Манифест пиара или смысл жизнедеятельности пиарщика	8
Вопросы для разминки	8
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Роман Масленников

Манифест Пиара: коммуникационное лидерство как смысл деятельности PR-специалиста

Вступление

Вашему вниманию – мои наработки для повседневной деятельности пиарщика. Как начинающего свой путь, так и матерого профессионала. Да и просто, человека, увлекающегося PR-технологиями и другими инструментами экономного продвижения.

И в Вашей жизни мои PR-наработки Вам тоже пригодятся, уверяю. Что наша жизнь? – Пиар! Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Конечно, Вы вправе послушать аудио-запись данного вебинара или мастер-класса – купить или скачать¹. Но книга есть книга. Здесь есть бонусы!

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде простой статьи. Но мне не хотелось бы быстрого обесценивания предложенной Вам здесь информации. Первыми ею должны воспользоваться только избранные – скачавшие данную книгу, то есть Вы!

Вперед!

Роман Масленников

Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.

¹ <http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов – лекций о PR

Предупреждение!

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это, пожалуйста.

Этот ход – «публикация стенограммы без редактуры», – преследует 2 две цели: экономия места на бумаге и своеобразная шифровка информации. Кто захочет, тот поймет!

А чтобы был стимул за то, что вы решились продрасть через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

Бонусы

Все, кто купит данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу по теме книги. Добавляйте меня – rmaslennikov, чтобы условиться о времени Вашей консультации.

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми!

Будем с Вами на связи!

Институт мировой экономики и бизнеса РУДН

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций



27 марта – четверг – 14.30 – аудитория 107

МАСТЕР-КЛАСС ИЗ ЦИКЛА «ПРОФЕССИИ В РЕКЛАМЕ»

**Манифест PR: Коммуникационное лидерство
как смысл деятельности пиарщика**



Роман Масленников

генеральный директор PR-агентства «ПРОСТОР: PR& Консалтинг», автор книг-бестселлеров по проблемам коммуникаций, блогер-тысячник, лауреат российских PR-премий и соучредитель новой PR-премии «ПРОЗРЕНИЯ»

В ПРОГРАММЕ МАСТЕР-КЛАССА:

- в чем смысл жизни пиарщика
- как получать кайф на работе
- как в пиаре зарабатывать деньги

простор
PR & Консалтинг

Вход свободный, регистрация на кафедре РЕКЛАМЫ в комн. 109-а. Для групп ШПР-301, ШПР-401 посещение обязательное.

Манифест пиара или смысл жизнедеятельности пиарщика

Вопросы для разминки

Вообще у пиарщика смысл жизни и смысл деятельности равны: все знают, что пиарщик всегда на работе, не такого понятия, что выходной или «после шести я не отвечаю на рабочие звонки». Пиарщик всегда на работе, поэтому жизнедеятельность его, в принципе, равнозначна. Соответственно манифест пиара относится и к тому, и к другому: к личной стороне жизни, и к его деятельности.

Давайте, поскольку не у всех, может быть, есть понимание о теме, о смысле, начнем с того, что, кто пришел сюда конкретно за знаниями и за новыми какими-то вещами, и что-то он хочет обязательно узнать. Вот скажите мне об этом: что бы вы хотели после сегодняшнего мастер-класса получить, а остальные, соответственно, послушают. Можете все высказаться по порядку – как угодно. Самые жаждущие, поднимите руки. Жаждущие знаний – есть такие? О чем бы вы хотели сегодня узнать?

Во-первых, я не так много> честно говоря, общалась с представителями пиара в плане практики, поэтому мне было бы интересно узнать по поводу применения его на практике, как это все происходит.

А какой курс у вас?

Четвертый.

Ну, в принципе, с третьего курса уже можно устраиваться на практику, я имею в виду стажировку

– месячную, двухмесячную. В принципе, на пятом курсе таких людей, у которых нет практического опыта в пиаре, по идее, быть не должно, если человек хочет заниматься пиаром. Если к пятому курсу нет опыта работы, хотя бы летнего, то, в принципе, считается, что годы прошли на тот момент зря. Так что срочно сегодня выбрали пиар-агентство мечты, и туда написали, если у кого есть в резюме, о чем писать. Но и можно без резюме – просто так написать.

Так, еще о чем хотели бы узнать, кроме практического?

Я учусь на втором курсе, мне бы хотелось бы узнать, какое вы сами даете определение этому понятию – пиар? И какие компании бывают клиентами вашими, чего они заказывают, чего они хотят от пиар-агентства?

Так, что касается клиентов, это можно на сайте посмотреть, там все повешены. Я сразу оговариваюсь, что пиар-агентства вешают очень много клиентов, но, как правило, если, допустим, висит логотип «Газпрома», значит они работали с двоюродным дядей дочерней фирмы «Газпрома» в Нефтеюганске. То есть не обязательно, что клиент – «Газпром». Они так, для красоты.

У нас логотипы не всех тех, с кем мы прямо сейчас работаем, это те, с кем мы работали, когда-либо соприкасались. То есть там, в принципе, все клиенты есть: это шоу-бизнес, это аудиторы, это бухгалтеры, это государственные органы, это интернет-магазины. Очень широкий спектр, на какой-то одной сфере не специализируемся.

Так, а первый вопрос?

В чем определение пиара?

Определение пиара, да! А как вас учили? Что такое пиар?

У нас есть сайт, туда выкладывают свои собственные определения. Нету такого> например, чтобы было определение экономике – каждый его понимает по-своему, каждый преподаватель дает свое определение.

Интересно! Мое определение состоит из трех слов: пиар – это общение с пользой. А отсюда уже могут быть многочисленные расшифровки: с пользой для кого? Для клиента, потому что вы пообщались, и на следующий день вас попросили статью прислать или комментарий. Соответственно, с пользой для вас – у вас новый контакт. С пользой для общества – они что-нибудь новенькое узнали.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.