

Борейко Н.А.

Белорусский государственный университет, Минск

РОЛЬ PR-СЛУЖБЫ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ PR-СЛУЖБЫ ГУМАНИТАРНОГО ФАКУЛЬТЕТА БГУ)

Практически все исследователи сходятся на том, что PR-отдел должен занимать одно из самых значимых мест в структуре современной организации. Имеется в виду, что начальник PR-подразделения должен находиться в непосредственном подчинении у первого лица компании (генерального директора, ректора, декана) и наряду с руководителями основных направлений входить в совет при руководстве организации, принимающий важнейшие стратегические решения. Это обусловлено несколькими факторами. Во-первых, одной из главных функций PR-службы и лично ее начальника является деятельность по разработке стратегии развития организации, ее имиджа и брендов, а это невозможно без постоянного тесного контакта с ключевыми лицами компании в целях координации и согласования усилий. Также в обязанности PR-отдела входит непосредственная работа с руководством - консультирование, формирование имиджа, подготовка речей и многое другое. Еще одной причиной того, что PR-служба должна занимать значимое место в организации, является необходимость постоянного получения информационных, людских, материальных и прочих ресурсов от других подразделений компании (отдел по работе с персоналом, финансовая, юридическая, хозяйственная, технические и прочие службы). Для быстрого и эффективного взаимодействия по такого рода вопросам руководитель PR-подразделения должен иметь большой политический вес в организации и возможность вести переговоры непосредственно с начальниками соответствующих направлений. Более того, близость к руководству позволяет сотрудникам PR-службы иметь больший вес и значимость в глазах всевозможных контрагентов - СМИ, клиентов, партнеров, инвесторов и прочих контактных групп - и, соответственно, делать коммуникации с ними более эффективными.

К сожалению, далеко не во всех организациях сейчас есть понимание того, какое место должно быть отведено PR-подразделению. Часто это связано с тем, что руководство не вполне осознает все задачи PR и ту роль, которую он должен играть в развитии организации. Дополнительным фактором является и то, что сотрудники остальных

подразделений, как правило, также не до конца понимают, чем конкретно в их организации занимается PR-отдел, что влечет за собой недоверие и нежелание работать сообща. Как в первом, так во втором случае решением может стать внутренняя разъяснительная работа, проводимая PR-подразделением, то есть "PR PR-ра", продвижение самих себя в рамках организации. Решению второй проблемы также может способствовать изменение отношения руководства к PR-службе и формальное закрепление ее высокого статуса в компании.

Здесь нам хотелось бы привести определение PR, предложенное успешным российским PR-менеджером А. Мамонтовым: "PR - это информировать, образовывать, вызывать доверие"[1, с. 33]. Из этого определения следует, что PR связан прежде всего с преимущественно бесплатной (в отличие от рекламы и "advetorial", являющихся инструментами маркетинга) подачей информации таким образом, чтобы целевые аудитории на ее основе самостоятельно сделали ожидаемые выводы. Базируясь на таких определениях, можно сделать вывод о том, что PR является неотъемлемой и важной, но все же частью менеджмента организации.

Решение о создании PR-службы было принято Ученым советом Гуманитарного факультета БГУ 1 марта 2014 года.

Студенческая служба по связям с общественностью Гуманитарного факультета Белорусского государственного университета является подразделением Гуманитарного факультета Белорусского государственного университета. В своей деятельности PR-служба руководствуется действующим законодательством Республики Беларусь, Уставом БГУ, решениями Совета БГУ, локальными нормативными правовыми актами БГУ, Кодексом профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA) и Положением о Студенческой службе по связям с общественностью Гуманитарного факультета БГУ.

Целью деятельности PR-службы является содействие формированию положительного имиджа факультета.

Основными задачами PR-службы являются:

- Выявление и устранение негативных факторов влияющих на имидж факультета;
- Сбор, обработка, фиксация, распространение, анализ и хранение информации о деятельности Гуманитарного факультета БГУ;
- Инициирование и организация разнообразных форм коммуникации со СМИ;

- Взаимодействие с органами власти, государственными и общественными организациями;
 - Размещение информационных материалов на сайте www.gumf.bsu.by;
 - Размещение информационных материалов на других сайтах;
 - Организация выпуска студенческой газеты «Gumka» (далее - газета «Gumka»);
 - Организация факультетских PR-мероприятий;
 - Мониторинг общественного мнения, социологические и маркетинговые исследования, изучение общественного мнения;
 - Планирование и проведение PR-кампаний гуманитарного факультета;
 - Создание презентационной продукции.
- На PR-службе возлагаются следующие основные функции:
- Взаимодействие с редакциями печатных изданий, радио и телевидения по вопросам разъяснения деятельности факультета;
 - Поддержка рабочих контактов с главными редакторами и сотрудниками газет и журналов, телерадиокомпаний, информационных агентств;
 - При наличии технических возможностей - изготовление собственных видеоматериалов, рассказывающих о деятельности факультета;
 - Аккредитация журналистов на мероприятия, проводимые факультетом при участии СМИ;
 - Развитие контактов с информационными службами и службами по связям с общественностью других ВУЗов;
 - Анализ информации и материалов, вышедших в СМИ, с целью определения эффективности PR-кампаний, и, следовательно, внесения необходимых корректировок в план действий;
 - Подготовка предложений о выступлениях в средствах массовой информации представителей факультета; о перечне информационных, рекламных материалов, составе сувенирного фонда; о поощрении журналистов и других представителей средств массовой информации, участвующих в создании материалов о деятельности факультета;
 - Подготовка официальных опровержений в случае распространения СМИ сведений, не соответствующих действительности, по согласованию с деканатом факультета.
- PR-служба имеет право:

- Запрашивать, получать, анализировать необходимые материалы, сведения, документы в структурных подразделениях факультета для ознакомления и использования в работе;

- Вносить на рассмотрение руководства факультета предложения, проекты документов по вопросам деятельности PR-службы;

- Направлять для получения информации представителей СМИ к должностным лицам и сотрудникам факультета, в чьей компетенции находятся вопросы, интересующие журналистов;

- Привлекать деканат факультета, руководителей структурных подразделений для выступлений в СМИ, на пресс-конференциях, других мероприятиях, специально организованных для прессы;

- Самостоятельно выступать в средствах массовой информации по вопросам, входящим в компетенции PR-службы;

- Принимать участие в совещаниях, заседаниях и других мероприятиях, проводимых деканатом факультета, а также руководителями структурных подразделений в целях полного и оперативного освещения событий в СМИ;

- Издавать в пределах своей компетенции печатные издания, а также рекламную продукцию, способствующую созданию положительного имиджа факультета;

- Организовывать совещания и консультации по формированию информационной политики факультета с участием специалистов и представителей средств массовой информации;

- Участвовать в мероприятиях, организуемых ассоциациями и объединениями профессионалов сферы PR и СМИ;

- Участвовать в выпусках информационно-справочных, просветительских и рекламных материалах факультета;

- Вносить деканату факультета предложения по совершенствованию информационного обеспечения деятельности факультета и координации работы по данному направлению подразделений университета.

PR-служба включает в себя следующие отделы:

- Отдел аналитики;

- Отдел информационных технологий (IT отдел);

- Креативный отдел;

- Отдел работы со СМИ;

- Редакция газеты «Гумка»;

- Отдел профориентации.

PR-службу возглавляет начальник. Начальник PR-службы несет ответственность за выполнение возложенных на службу функций.

Координаторы структурных единиц PR-службы назначаются на должность и освобождаются от должности начальником PR-службы.

Специалисты PR-службы несут ответственность за достоверность и оперативность размещения материалов о факультете на доступных носителях, переданных в средства массовой информации официальных сообщений, заявлений и других материалов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мамонтов, А.А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером / А.А. Мамонтов - СПб.: Питер, 2010. - 240 с.