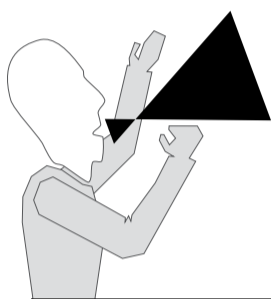


RUPOPR



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Наконец-то — свершилось! Необходимость в этом издании назрела давно. И вот сейчас мы представляем вашему вниманию первый номер нашей газеты — газеты о развитии связей с общественностью в регионах.

Не будем делать скоропалительных выводов о том, насколько это издание важно и нужно для вас. Выводы вы сделаете сами.

Итак — приятного и полезного прочтения!

Редакция газеты «RuPoR».

Дорогие читатели газеты

о развитии региональных общественных связей «RuPoR» в Воронеже!



Вместе с вами разделяю радость выхода первого номера газеты «RuPoR». Надеюсь, что она уже через несколько месяцев будет желанным гостем, другом и отличным товарищем в каждой компании, связанной с развитием общественных коммуникаций.

Содержание газеты — отражение вашей жизни и профессиональной деятельности. Чем смелее вы будете рассказывать о своих достижениях и проблемах, тем интереснее будет ее читать. Будьте строги к себе — особенно к текстам о себе — и тогда лучшей площадки для общения, чем родная газета «RuPoR», не найти!

Обращаясь к потенциальным участникам IV Всероссийского открытого конкурса на соискание Центрально-Чернозёмной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR», призываю проявить свою активность и продемонстрировать профессиональному сообществу свои достижения.

Успехов вам и новых побед!

Надежда Явдолюк,
исполнительный директор РАСО,
председатель Наблюдательного
совета премии «RuPoR»

Дорогие друзья, коллеги!

Вашему вниманию предлагается новое издание о развитии региональных общественных связей — газета «RuPoR»!

Надеемся, что материалы нашей газеты привлекут внимание как практикующих PR-специалистов, сотрудников пресс-служб государственных структур и коммерческих предприятий, так и студентов, которые еще только обучаются основам PR. На страницах газеты вы найдете новости регионального PR-рынка, обзор и комментарии основных PR-событий страны, интервью с признанными специалистами по связям с общественностью.



Обращаясь к участникам конкурса на соискание премии «RuPoR», хочу отметить, что участие в конкурсе — это не только реальная возможность приобрести опыт практической работы над подготовкой проекта для сдачи его заказчику.

Всем новых творческих успехов!

Геннадий Штатов,
президент КГ «Region PR»,
президент премии «RuPoR»

Уважаемые дамы и господа!

Руководители, специалисты, сотрудники — те люди, чья жизнь, так или иначе, связана с профессией PR-специалиста!

IV Всероссийский ежегодный открытый конкурс на соискание Центрально-Чернозёмной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR» близится к завершению.

Участие в конкурсе позволяет рассказать о достижениях, интересных проектах, результатах профессиональной деятельности и получить общественное признание проделанной работы.

В конкурсе в этом году примут участие специалисты по связям с общественностью и авторские коллективы вузов из Барнаула, Владимира, Воронежа, Волгограда, Красноярска, Коломны, Липецка, Москвы, Перми, Пятигорска, Санкт-Петербурга, Саратова, Томска, Челябинска и других городов страны.

Сергей Калинин,
исполнительный директор
премии «RuPoR»

В ВОРОНЕЖЕ ПРОЙДУТ «ДНИ PR ЦЕНТРАЛЬНОГО ЧЕРНОЗЕМЬЯ»

23 — 24 декабря 2008 года в Воронеже пройдет региональная научно-практическая конференция «Дни PR Центрального Черноземья», посвященная роли PR, GR, media relations в условиях кризиса. Организаторами мероприятия выступают Коммуникационная группа «Region PR», Экспертная группа «Проекты управления репутацией» и Центр организационного развития «InGroup».

Научно-практическая конференция «Дни PR Центрального Черноземья» — это крупный региональный форум, объединяющий профессионалов в области связей с общественностью, представителей органов власти, СМИ, предпринимательского сообщества и общественности, заинтересованных в развитии регионального PR-рынка.

В рамках конференции пройдут пленарное заседание, круглые столы, обучающие семинары, пресс-конференция, презентации проектов и в завершении, церемония подведения итогов и награждения победителей Центрально-Чернозёмной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR».

Планируется, что в качестве спикеров конференции выступят известные PR-специалисты из Москвы и Санкт-Петербурга, в т.ч.: Борис Еремин, главный редактор журнала «Советник», Михаил Дворкович, председатель Совета директоров КГ «ПРЕСС-ХОЛЛ», Инна Майорова, директор по маркетингу Интернет-библиотеки СМИ Public.ru, Игорь Минтусов, председатель Совета директоров группы компаний «НИККОЛО М», Дмитрий Петров, главный редактор журнала «Со-Общение», Андрей Ульяновский, доцент кафедры рекламы Санкт-Петербургского государственного университета, Надежда Явдолюк, исполнительный директор РАСО и Национальной премии «Серебряный Лучник».

Подробности можно уточнить в КГ «Region PR»:
тел./факс (4732) 53-16-33, тел. (4732) 92-83-00, 8-960-115-75-24.
www.regionpr.ru, consul-biznes@mail.ru

Уважаемые друзья! Коллеги!



Приятно осознавать, что развитие PR (связей с общественностью) происходит повсеместно: и в регионах, и в различных отраслях производства и бизнеса.

Подчас развитие общественных связей опережает движение общественной жизни, а подчас — отстаёт от неё.

Но одно не вызывает сомнений. Связи с общественностью приобретают в

нашей стране всё более цивилизованные черты. Более того, связи с общественностью становятся признанным видом гуманитарной деятельности и признанным (причём в своём роде уникальным) видом гуманитарного предпринимательства.

Добавим к этому менее заметное, вероятно, но не менее безусловное закрепление PR в качестве признанной учебной дисциплины. И получится, пожалуй, весьма полная картина экспансии PR в общественно-политические и производственные процессы современной России.

Однако скорейшей профессионализации российского PR мешает значительная разобщённость отраслевых спе-

циалистов, которая сложилась из-за невозможности постоянного обмена информацией и практическим опытом.

Именно поэтому распространение отраслевой PR-информации среди всех заинтересованных участников рынка — важнейшая организационная и методическая задача.

Для этого, в том числе, и предназначен первый номер региональной PR-газеты, которую вы держите в руках.

Я абсолютно уверен, что PR-газета обязана нести исключительно качественную информацию. И эта информация поможет отраслевым специалистам не только быть активными участниками рынка, но и формировать этот рынок.

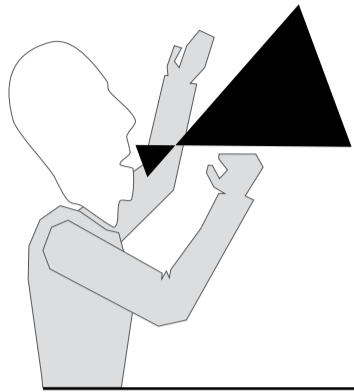
Надеюсь, что именно заинтересован-

ный обмен мнениями и суждениями, цивилизованные дискуссии на страницах нашего специализированного издания станут «законодательной основой» для очередного этапа развития связей с общественностью.

Для новой газеты открыты все пути. Но не менее важно понимать, что и сама газета сможет открыть много дорог для тех, кто по этим дорогам готов идти.

В добрый путь!

Валерий Мальцев,
председатель Экспертного совета
Центрально-Чернозёмной премии
в области развития связей с общественностью «RuPoR»,
руководитель Экспертной группы
«Проекты управления репутацией»



Ровно год назад в Воронеже прошла торжественная церемония подведения итогов и награждения лауреатов Центрально-Черноземной региональной премии в области развития связей с общественностью «RuPoR» 2007 года.

Итоги региональной PR-премии

«RuPoR» 2007 года



курсный управляющий МУП «Водоканал Воронежа».

Победителем интернет-конкурса «Лучшая эмблема PR-отрасли», инициатором которого выступил РФСМП «Молодежь Воронежа 21 века», стал Виталий Гаврилов.

В церемонии награждения приняли участие: Борис Еремин, главный редактор журнала «Советник»; Анна Милова, руководитель управления общественных связей администрации Воронежской области; Иван Щелоков, руководитель управления по делам печати и средств массовых коммуникаций Воронежской области; Евгений Коровин, генеральный директор холдинговой компании «Контент», соучредитель премии «RuPoR»; Олег Колесников, директор Черноземного представительства «Российской газеты»; Геннадий Шаталов, президент премии «RuPoR»; Лариса Парина, заведующая кафедрой «СОиП» ВГУ, председатель Экспертного совета премии «RuPoR»; Надежда Скрипникова, заведующая кафедрой «СО» ВГАСУ, председатель правления РАСО-Воронеж.

Все лауреаты премии «RuPoR» были награждены специальным памятным призом премии «RuPoR»; сборником «50 лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник»; книгой «Как заставить социальные инвестиции работать на ваш бизнес» из серии «АКОС рекомендует»; сертификатами на доступ в Интернет-библиотеку Public.ru.

Всем участникам церемонии подведения итогов были вручены специально изготовленные значки с логотипом премии, свежий номер газеты РАСО, а также сборник «Путеводитель по PR».

Лауреатов и дипломантов премии определило жюри под председательством Бориса Еремина, главного редактора журнала «Советник», президента Российского отделения Международной рекламной ассоциации.

Номинация «PR-проект»:

Победителем в данной номинации стал проект «Комбинат мясной «Калачеевский»: пусть каждый год будет годом свиньи!» (Продвижение, информационное и креативное обеспечение участия КМК в приоритетном нацпроекте «Ускоренное развитие агропромышленного комплекса РФ»). Авторы проекта — Сергей Мальцев и Валерий Мальцев, ООО Экспертная группа «Проекты управления репутацией», город Воронеж.

Дипломанты:

Проект «Летние гастроли на РЕН ТВ Воронеж». Автор — Ирина Харченко, промо-менеджер ООО НПП «Спектр» (представляющее телепрограмму «Воронеж» — РЕН ТВ Воронеж), город Воронеж.

Проект «III Фестиваль социальной рекламы «Городская Среда». Автор проекта — Юлия Воробьева, консалтинговая компания «Имидж-Консультант», город Уфа.

Номинация

«Студенческий PR-проект»:

Победителем в номинации стал проект «Экстрим-парк «eXtreme-Time». Автор проекта — Наталья Чертова, студентка Оренбургского государственного университета.

Дипломанты:

Проект «Поддержание доброжелательного отношения покупателей к супермаркету «Улей» в условиях жесткой конкуренции». Автор — Ольга Миронова, студентка Тамбовского государственного технического университета.

Проект «Сотвори себе «студента журфака». Авторы — группа студентов 3-го курса факультета журналистики ВГУ специальности «Связи с общественностью», под руководством Иветы Шекиной, г. Воронеж.

Номинация «Теория PR»:

Лауреатом в номинации стала книга Андрея Ульяновского «Стратегии корпоративного имиджа и управление лояльностью», г. Санкт-Петербург.

Номинация

«Пресс-служба»:

Лауреатом в номинации стал проект «Интернет-приемная прокуратуры Воронежской области». Автор проекта — Михаил Усов,

старший помощник прокурора Воронежской области по взаимодействию со СМИ и общественностью.

Номинация

«Студенческая работа»:

Лауреатом в номинации стал Алексей Русаков, студент Санкт-Петербургского государственного университета с работой «Старые песни на новый лад» (Антикризисный PR в корпоративных конфликтах: защита от недружественного поглощения).

Номинация

«PR-персона»:

Лауреатом в номинации был признан Алексей Карякин, курсный управляющий МУП «Водоканал Воронеж».

Номинация

«PR-специалист»:

Лауреатом в номинации стал Валерий Мальцев, ООО Экспертная группа «Проекты управления репутацией», город Воронеж.

Специальными призами от имени исполнительного дирекции были награждены:

— Филипп Гуров, управляющий партнер коммуникационного агентства «Гуров и партнеры», город Москва, за книгу «Продвиже-

ние бизнеса в интернете: все о PR и рекламе в Сети».

— Марина Новичихина, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» Воронежского государственного университета, за книгу «Как вы фирму назовете...»

— Александра Япрынцева, ведущий специалист по связям с общественностью УФПС Воронежской области — филиала ВУГП «Почта России» за проект «Почта меняется».

— Виталий Жихарев, главный редактор газеты «Коммуна», за проект «Популяризация старейшей газеты региона».

— Игорь Шукшов, генеральный директор Издательского дома «Социум», за популяризацию и продвижение детского творчества на региональном рынке.

— Надежда Скрипникова и группа студентов ВГАСУ за проект «Школа молодых женских лидеров».

Специальным призом имени Петра Великого, учрежденным Игорем Степановичем Суворовцевым, ректором Воронежского государственного архитектурно-строительного университета, был награжден Алексей Карякин, кон-

Итоги Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» 2007 года

29 января в Московском международном Доме музыки прошла одиннадцатая церемония вручения Национальной премии в области развития общественных связей.

Прекрасное постановочное решение — вторая сцена в большой раме, приподнятая над основной сценой, смотрелась как живой шедевр современного искусства. Каждое мгновение тут же превращалось в момент истории, запечатленный искусной рукой художника в превосходном багете. Перед каждой номинацией в раму спускался экран, на котором демонстрировались картины художников под стихи поэтов XIX-XX веков. Благодаря проникновенным и возвышенным словам церемония приобрела художественно-поэтический характер, в котором простые действия вручения наград — диплома и статуэтки «Серебряный Лучник» — стали особым ритуалом выражения благодарности и уважения.

ЛАУРЕАТЫ 2007 ГОДА

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШАЯ РАБОТА ПО ТЕОРИИ»:

Андрей Владимирович Ульяновский, автор книги «Стратегии корпоративного имиджа и управление лояльностью»;

НОМИНАЦИЯ «ЗА КУЛЬТУРНЫЙ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ»:

Ясен Николаевич Засурский, президент факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова

НОМИНАЦИЯ «ПЕРСОНА»:

Аркадий Владимирович Дворкович, руководитель Экспертного управления Президента Российской Федерации

НОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ»:

• Заявочный комитет «Сочи-2014» за коммуникационную кампанию за право проведения XXII Олимпийских и XI Паралимпийских зимних Игр 2014 года в городе Сочи;

• Департамент информационного обеспечения ОАО «Связьинвест» за проект «Сохранение лояльности миллионов абонентов при переходе на новую систему тарификации услуг местной связи»;

• Дирекция по связям с общественностью Объединенной компании «РУСАЛ» за проект «Русские идут».

Специальный приз попечительского совета:

Некоммерческая организация «Благотворительный фонд «Даун-сайд Ап» (г. Москва) за проект «Синдром Дауна: мифы и реальность».

НОМИНАЦИЯ «МАСТЕР»:

Андрей Петрович Баранников, генеральный директор агентства

SPN Ogilvy Public Relations, председатель Северо-Западного отделения РАСО.

НОМИНАЦИЯ

«РЕГИОН, В КОТОРОМ ЭФФЕКТИВНО РАЗВИВАЮТСЯ ОБЩЕСТВЕННЫЕ СВЯЗИ»:

Премия не присуждалась.

Специальный приз от компании «Мегафон» — «За лучшую презентацию проекта»:

НП «Группа «Гута», г.Москва, за проект «Красный Октябрь». Двойная перезагрузка исторического бренда».

Дипломами Национальной премии «Серебряный Лучник» были награждены PR-проекты:

• «Национальный проект «Ход свиньей!», ООО Экспертная группа «Проекты управления репутацией», г. Воронеж;

• «Известия 90», ОАО «ИЗВЕСТИЯ», г. Москва;

• «Программа глобального позиционирования быстро ра-

стующих компаний», Группа компаний «Тройка Диалог», г. Москва;

• «Информационная PR-поддержка благотворительной sms-акции в рамках национальной благотворительной программы «Миллиард мелочью», Центр прикладных коммуникаций, г. Москва;

• «Асимметричная» антикризисная кампания», Агентство InMar Relations, г. Новосибирск;

• «PR-сопровождение сооружения Таньванской АЭС», ЗАО «Атомстройэкспорт», г. Москва;

• «Музеи Русского Севера. Информационное сопровождение благотворительной программы», ОАО «Северсталь», г. Москва;

• «Мы меняемся к лучшему», Управление ФНС России по ХМАО-Югре, г. Ханты-Мансийск;

• «Картонные дети», НООО «Форпост», г. Новосибирск;

• «Открытый фестиваль в поддержку чтения для детей и юношества «По ту сторону книги», библиотека им. Горького, г. Екатеринбург.

Центрально-Черноземная региональная премия в области развития связей с общественностью «RuPoR» 2008 года

1. НОМИНАЦИЯ «PR-ПРОЕКТ В КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ».

Проекты могут быть реализованы в следующих категориях: предпринимательская деятельность; корпоративная культура; репутационный менеджмент.

PR-проект — мероприятие, кампания или программа в области PR, ограниченные во времени, с целями и задачами, направленными на формирование имиджа и репутации коммерческой структуры или персоны.

Требования к проектам: проект должен быть осуществлен в текущем году.

Наградой отмечаются три лучших проекта — независимо от того, в какой категории они были заявлены.

2. НОМИНАЦИЯ «PR-ПРОЕКТ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ».

Проекты могут быть реализованы в следующих направлениях: культурная, творческая, идеологическая, благотворительная и социальная деятельность; информационное обеспечение культурно-зрелищных, развлекательных и спортивных мероприятий.

PR-проект — мероприятие, кампания или программа в области PR, ограниченные во времени, с целями и задачами, направленными на решение социальных проблем.

Требования к проектам: проект должен быть осуществлен в текущем году.

Наградой отмечается один лучший проект — независимо от того, в какой категории он был заявлен.

3. НОМИНАЦИЯ «ТЕОРИЯ PR»

В конкурсе участвуют работы, выполненные в виде монографий, сборников статей, научно-практических изданий, диссертационных исследований или иной печатный труд по проблемам развития общественных связей; учебное пособие, образовательная программа (методическая разработка), входящие в обучающий курс по связям с общественностью.

Работы представляются в следующих категориях:

- учебная,
- теоретическая,
- популярная.

Требования к работе: печатный труд должен быть опубликован, методические разработки апробированы в учебном процессе.

Наградой отмечается одна лучшая работа в каждой категории.

4. НОМИНАЦИЯ «PR-ПЕРСОНА»

Общественно значимая персона региона, имеющая положительную репутацию, последовательно работающая над своим имиджем, имеющая позитивную репутацию и добившаяся больших результатов в своей отрасли деятельности.

Кандидатуры для участия в данной номинации выдвигаются исполнительной дирекцией, членами Наблюдательного и Экспертного советов.

5. НОМИНАЦИЯ «PR-СПЕЦИАЛИСТ»

PR-специалист — профессионал-практик или ученый, педагог в сфере PR, работающий в коммерческой, общественной или государственной организации (структуре, агентстве или компании) добившийся значительных результатов в своей профессиональной деятельности. Претенденты выдвигаются Экспертным советом премии.

6. НОМИНАЦИЯ «СТУДЕНЧЕСКАЯ РАБОТА».

В конкурсе участвуют работы, выполненные студентами вузов и других учебных заведений.

Работы на конкурс могут быть выдвинуты педагогическими коллективами учебных заведений, преподавателями профильных дисциплин, а также по инициативе самого автора или авторского коллектива.

Требования: содержание работы должно быть связано с деятельностью, относящейся к сфере связей с общественностью, в т.ч. перспективно прогнозируемые PR-концепции, курсовые, дипломные работы, исследовательские проекты. Обязательно при подаче работы указание научного руководителя.

Наградой отмечается одна лучшая работа.

7. НОМИНАЦИЯ «СТУДЕНЧЕСКИЙ ПРОЕКТ»

В конкурсе участвуют PR-проекты, осуществленные студентами вузов и других учебных заведений.

Проекты на конкурс могут быть выдвинуты педагогическими коллективами учебных заведений, преподавателями профильных дисциплин, а также по инициативе самого автора или авторского коллектива.

Требования к проектам: проект должен быть осуществлен в текущем году.

Наградой отмечается один лучший проект.

8. НОМИНАЦИЯ «ПРЕСС-СЛУЖБА»

В конкурсе участвуют пресс-службы (структуры организации) осуществляющие деятельность в следующих направлениях: активная и систематическая информационная деятельность, формирование имиджа и репутации организации, антикризисные программы, выпуск корпоративного издания, создание и поддержание корпоративного сайта, исследовательская деятельность.

К участию в конкурсе допускаются специализированные PR-агентства, выполняющие функции пресс-службы организации на договорной основе.

Наградой отмечается одна пресс-служба.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ:

• «За вклад в развитие общественных связей».

Награждается деятель отрасли связей с общественностью за активную профессиональную, образовательную и просветительскую деятельность. Претенденты выдвигаются членами Экспертного совета премии. Победитель определяется решением жюри премии.

• «PR-проект, направленный на формирование положительного имиджа региона».

В данной номинации представляются PR-проекты, т.е. мероприятие, кампания или программа в области PR, ограниченные по времени, с целями и задачами, направленными на формирование положительного имиджа региона.

• «PR-партнерство».

В данной номинации представляются PR-проекты, реализованные в рамках партнерства двух и более предприятий или подразделений, осуществляющих свою деятельность в области PR.

• «PR-проект средств массовой информации».

В данной номинации представляются проекты, реализованные сотрудниками СМИ или привлеченными специалистами (организациями), проект по популяризации СМИ, а также специальные акции, направленные на продвижение информационных продуктов и непосредственно самого СМИ. Проекты представляются в следующих категориях: печатные СМИ (газеты, журналы); ТВ; радио; интернет.

• Премия имени Петра Великого.

Премия учреждена И.С. Суворцевым. Решение по данной премии принимается лично И.С. Суворцевым.

ПАВЕЛ БОЛЬШУНОВ,
начальник группы общественных связей УФСБ по Воронежской области



— В уходящем году приобретен бесценный коммуникативный и профессиональный опыт. Работы было много, общество где-то болеет. Говорить и «пиариться» стали меньше. Отметим юбилей.

Есть, чем гордиться. Появились новые люди, хотя власти. Будут ещё. Жизнь стала лучше, но труднее. Продолжалась переоценка ценностей. Чистота намерений встречалась все реже. Амбивалентность политиков и женщин достигла пика выживаемости, особенно в период финансового кризиса. Проверку на вшивость прошли немногие. Тихие воды по-прежнему скрывали акул, а неблагодарность оставалась святой святых. Закулисные игры и театральность во всех сферах жизни процветали. Стремление победить, низвергая других, никто так и не отменил. В общем, была обычная диалектика борьбы за всё: за себя, за близких, за работу, за деньги, за независимость и за любовь.

ИЛЬЯ БЕЙЛИН,
преподаватель маркетинга ИММИФ



— 2008 год принес много приятных сюрпризов и знакомств, и он еще не закончился, надеюсь, что и сюрпризы еще не закончились. Немного разочаровали действия государства в информационной войне в августе-сентябре и, кроме того, очередная потеря, разрыв с дружественным народом, бывшей республикой СССР.

Открыл для себя много интересного в области WEB 2.0 для PR 2.0, и иногда приятно удивляют студенты желанием учиться и открывать для себя новое.

ЕЛЕНА ФЕДОРОВА,
директор по связям с общественностью DataArt в Воронеже



— Уходящий год принес лично мне незабываемые впечатления по нескольким причи-

Итоги 2008 года и ожидания от 2009 года

СЕРГЕЙ КАЛИНИН,
генеральный директор компании «InGroup»



— 2008 год. Каковы итоги этого года? Кризис, — в газетах, журналах, на радио... в выступлениях чиновников и представителей бизнеса. Само слово «кризис» никаких приятных эмоций не вызывает. Более того, на ум тут же приходят негативные ассоциации, связанные с проблемами, денежными неурядицами и тому подобными неприятностями. Почему? Да потому, что никто из нас не любит перемен. А возможно, они к лучшему!

Кризис — это всегда поиск решения, поиск возможности выхода из той ситуации, куда мы попали. А с этим поиском, так или иначе, приходит новое — то, к чему мы рано или поздно привыкнем. Так может не стоит бояться?

Маленький пример из нашей истории: в конце верхнего палеолита развитие охотничьих технологий привело к истреблению популяций и целых видов животных, что подорвало пищевые ресурсы общества, и привело к ужесточению межплеменной конкуренции. Оба эти фактора привели к сокращению населения в несколько раз. Ответом на этот кризис был переход от присваивающего (охота, собирательство) к производящему (земледелие, скотоводство) хозяйству... И это было развитие! Это было решение, которое до настоящего времени играет ключевую роль в нашей жизни. Сегодня мы должны удариться в поиски и найти решение, как глобальное, так и локальное — для каждого человека в частности».

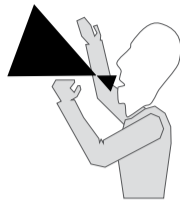
нам. Во-первых, стала плотно заниматься новым интересным направлением — связями с общественностью. Во-вторых, у бизнес-сообщества Воронежа появился свой собственный клуб — DataArt Club, участниками которого стали профессионалы в области маркетинга, кадров и PR. В третьих, для компании DataArt и меня как ее сотрудника 2008-й был наполнен приятными офисными хлопотами: мы наконец-то переехали в Воронеж в просторный новый офис! Надеюсь, что каждый год будет давать мне столько же, а может, и больше новых впечатлений.

ЛЕЙЛА ИЛЬИНА,
ведущий PR-специалист ОАО завод «Водмаш-оборудование»:



— С моей точки зрения, 2008 год очень похож на море, в котором время от времени происходят цунами, а в остальное время оно спокойно. Информационная волна, связанная с мартовскими выборами, постепенно сошла на нет, и общественность вернулась к обсуждению более близких ей проблем. Инвестиционный форум не вызвал ожидаемого резонанса в обществе. И если бы не политические вопросы вокруг Грузии и финансовый кризис, то информационное море оставалось бы без каких-либо серьезных возмущений. В последнее время по косвенным признакам я сужу о зарождающейся новой информационной волне грядущей избирательной компании 2010 года. Тестируются ключевые сообщения, «прощупывается» аудитория.

Представляем председателя жюри премии «RuPoR»



Борис Львович Еремин



— президент Российского отделения Международной рекламной ассоциации (International Advertising Association);
— главный редактор общероссийского профессионального журнала о связях с общественностью и рынке PR «Советник»;
— управляющий партнер агентства «PickUp Brand Solutions»;
— профессор Международного института рекламы (Москва) и Европейского института публичных отношений (Париж). Академик Российской академии естественных наук (РАЕН).
Член международных и российских профессиональных организаций:
— IAA — International Advertising Association, Board of Directors, Russian chapter President.
— IABC — International asso-

ciation of business communicators, Russian chapter Vice-president.

— IPRA — International Public Relations Association.

— RACO — Российская ассоциация по связям с общественностью, Высший экспертный совет.

— Лауреат 1997, 2000 гг. национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник», с 2001 г. — член жюри и экспертного совета премии.

Преподавательский опыт:

Преподаватель, профессор, завкафедрой Международного института рекламы,

С 1999 г. — МГУ им. Ломоносова: факультет психологии — отделение «Психология рекламы, маркетинга и PR» для специалистов с высшим образованием, руководитель специализации «Психология PR», факультет журналистики — отделение PR, кафедра экономической журналистики и рекламы,

С 1996 г. — Высшая школа бизнеса МГУ (МВА) «Менеджмент»,

С 2001 г. — Высшая школа менеджмента (МВА) «Менеджмент».

Публикации:

Опубликовано более 100 статей, книг, учебных пособий по PR и рекламе, интеллектуальной и коммуникативной культуре, кон-

фликтологии, управлению персоналом и пр. В последние годы под научной редакцией Б.Л.Ермина вышли переводы британских и американских учебников по PR, рекламе, менеджменту.

Реализованные PR-проекты:

— Ребрендинг журнала «Советник» (1999 — 2000).

— Разработка новой модели номинации «Теория PR» для Национальной премии по PR «Серебряный Лучник» (2002).

— Разработка системы проектного менеджмента рекламных кампаний «Ogilvy», «Panasonic», «Дом-Недвижимость» (2004 — 2005).

— Презентационный event-проект «MINI в России» (2005).

— Ребрендинг авиакомпании «Сибирь» — «S7 Airlines» (2005-2006).

— Разработка и создание системы корпоративных PR-материалов АФК «Система» (2006).

— Проекты по разработке корпоративного стиля и брендов «Крокус Сити Молл», «Калининград Плаза», Кондитерского дома Chanderie (2005-2006). Консалтинг по внутреннему PR банка «Кредит-Днепр» (2006).

— Ребрендинг банка «Европейский» (2006-2007).

— Организация и участие во Всемирном рекламном саммите «Ad for Future — Future for Ad» (2007).

Итоги 2008 года и ожидания от 2009 года

ГЕННАДИЙ ШАТАЛОВ,
президент КГ «Region PR»:

— 2008 год мне запомнился многими событиями.

Во-первых, это прекрасное участие Валерия и Сергея Мальцевых в конкурсе на соискание Национальной премии «Серебряный Лучник», ставших дипломантами главной PR-премии страны. Успех не только авторов проекта, но и, полагаю, всей PR-отрасли нашего региона.

Во-вторых, появление в большинстве воронежских компаний специалистов по связям с общественностью. Радует, что руководители предприятий начинают понимать необходимость наличия такого рода специалистов в компании. Плохо, что они пока себя не чем не проявляют, и их не видно и не слышно.

В-третьих, ожидаемый кризис наступил, — и сразу выявил, что большинство наших предприятий оказалось к нему не готово, в том числе, в сфере репутационного PR.



СЕРГЕЙ И ВАЛЕРИЙ МАЛЬЦЕВЫ,

Экспертная группа «Проекты управления репутацией»:

Во-первых. Нам хочется, чтобы PR-отрасль страны и региона не просто победила бы в борьбе с финансово-экономическим кризисом, но и окрепла бы в этом противостоянии.



Во-вторых. Мы уверены, что в 2009-м году гуманитарный бизнес в очередной раз проявит себя с самой лучшей стороны.

В-третьих. Надеемся, что именно в 2009-м году придуманная нами коммуникативная игра «Поход за славой» начнет свой путь к званию самого популярного и самого полезного интеллектуального занятия современности.



PR-БИБЛИОТЕКА

А.В. Ульяновский:

«Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов миллениума»

Книга «28 МК» — уникальное по охвату инструментов пособие. В ней подробно рас-

смотрены как уже известные и хорошо изученные составляющие комплекса маркетинговых комму-

никаций, так и те, что только начали появляться в практике бизнеса и, соответственно, не нашли должного отражения в отечественной и зарубежной литературе. В книге информационные инструменты рассматриваются не разрозненно, а комплексно, что помогает читателю понять механизм воздействия каждой составляющей маркетинговых коммуникаций и оценить, как использовать не один, а несколько инструментов, с тем, чтобы добиться эффекта синергии.

Особенностью книги являются: унифицированная структура, обеспечивающая легкость восприятия информации; высокая степень информативности, боль-

НАША СПРАВКА

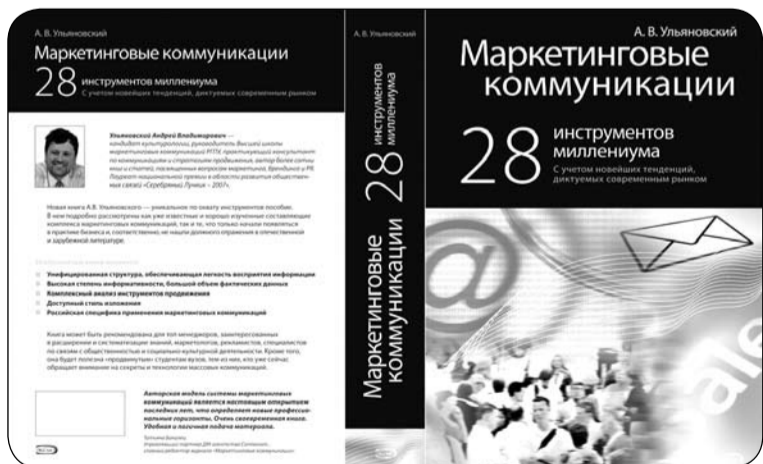
Ульяновский Андрей Владимирович, кандидат культурологии, доцент кафедры связей с общественностью и рекламы РГПУ им. А.И. Герцена, практикующий консультант по коммуникациям и стратегии продвижения, автор более сотни книг и статей, посвященных вопросам маркетинга, брендинга и PR. Лауреат региональной PR-премии «RuPoR — 2007» и Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник — 2007».

шой объем фактически данных; комплексный анализ инструментов продвижения; доступный стиль изложения; российская специфика применения маркетинговых коммуникаций.

Книга объемом в 425 страниц формата 70x100 содержит 4 части: новое поколение маркетинговых коммуникаций: хай-тек и хай-хьюм коммуникации; традиционные инструменты для формирования продаж; имидж и репутация в форме маркетинговых коммуникаций; стратегии, класси-

фикация и интегрирование маркетинговых коммуникаций.

«Авторская модель системы МК является настоящим открытием последних лет, что определяет новые профессиональные горизонты. Очень своевременная книга. Удобная и логичная подача материала», — отметила Татьяна Бакалец, главный редактор журнала «Маркетинговые коммуникации» ИД Гребенникова, управляющий партнер ДМ-агентства Connexions (Москва).



Официальные партнеры премии «RuPoR-2008»:

ОАО «Водмашоборудование», Интернет-библиотека СМИ Public.Ru, ООО «ИнГрупп», ХК «Контент», КГ «Region PR», ПЦ «Контент», Экспертная группа «Проекты управления репутацией».

Генеральный информационный партнер — «Российская газета».

Официальный интернет-ресурс премии — www.rupor.regionpr.ru.

Официальный публикатор премии — газета «RuPoR».

Официальный медиатор премии — газета «Известия».

Официальные информационные партнеры: Ежемесячный профессиональный журнал об управлении общими связями «Советник», Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба», журнал «Сообщение», журнал «The Chief — Черноземье», научно-практический журнал «Корпоративная имиджология», Издательская группа «Коммуна», Издательский дом «Соци-

ум», деловая газета «Капиталист», газета «Все обо всем. Коротко о главном», «Автордио-Воронеж», ИА «Воронеж-Медиа», ИА «Интер-факс-Центр», ИА «ВриНьюз», Российский PR-портал www.raso.ru, профессиональный портал Sovetnik.ru, информационный портал «PR-Life», Некоммерческое бизнес-сообщество DataArt Club, электронное издание «Новости гуманитарных технологий», интернет-журнал PRfiles, портал «Лучший Город», Общероссийская сеть бизнес-порталов ROSFIRM.ru.