



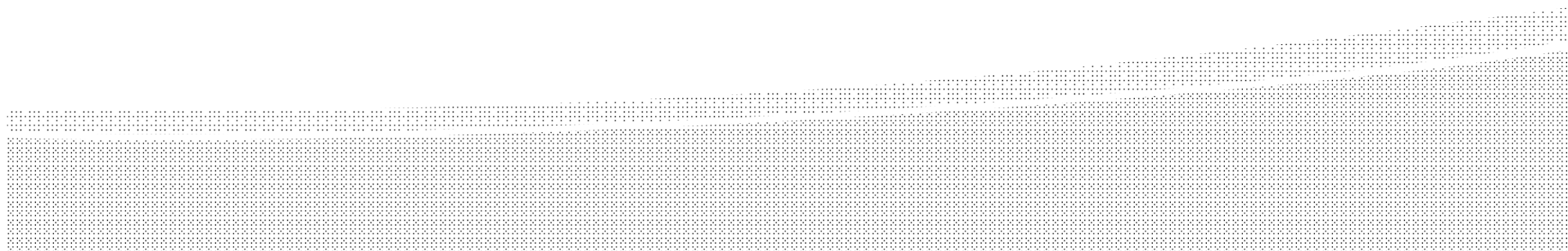
"СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА"

Выполнил:

ФИО

Научный руководитель проекта:

ФИО





ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – определение дальнейшей стратегии и тактики повышения эффективности PR имиджа А.А. Навального.

Задачи:

1. Раскрыть понятие имиджа, охарактеризовать основные функции и структуру имиджа;
2. Рассмотреть сущность политического пиара и его основные технологии;
3. Оценить политическую программу Алексея Навального;
4. Выделить основные стратегии и тактики формирования личности кандидата на пост мэра Москвы;
5. Разработать рекомендации по усовершенствованию имиджа Алексея Навального.



ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА

Сущность политического PR

- ✓ Пиар - это управленческая деятельность;
- ✓ Паблик рилейшнз - социально-практическая деятельность;
- ✓ Паблик рилейшнз - это коммуникативная деятельность;
- ✓ Пиар - это рыночная деятельность;
- ✓ Политическом пиар как особая область знаний.



ПОЛИТИЧЕСКИЙ PR КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА

Сущность политического PR

ИМИДЖ ПОЛИТИКА

Эмоционально окрашенный образ, который специально формируется в глазах различных социальных групп.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИМИДЖ

Манипулятивный психический образ, возникающий не спонтанно, а благодаря целенаправленным усилиям, как самого политика, так и его команды.





ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Формирование политического имиджа А.А.Навального

Алексей Анатольевич Навальный - российский политический и общественный деятель, юрист, инвест-активист, бывший член совета директоров компании «Аэрофлот».





ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Формирование политического имиджа А.А.Навального

Характеристика программы	А. Навальный	С. Собянин
Название	Измени Россию, начни с Москвы	7 приоритетов
Транспортная политика	Интеграция различных видов транспорта, инвестиции в комфорт и повышение частоты и регулярности движения. Прекращение стихийных парковок	Большая интенсивность и регулярность движения, развитие сети электричек и новые модели автобусов и трамваев. Строительство новых дорог — реконструкцию магистралей и хордовых трасс в объезд центра. Строительство велодорожек
Проблема миграции	Необходимо вносить предложения в федеральные органы власти по ограничению миграции и введению визового режима со странами Центральной Азии	Запрет на въезд в Москву и Россию мигрантов без загранпаспортов и правильно оформленных въездных документов.
Медицинское обслуживание и ЖКХ	Необходимо прекратить произвол ЖКХ, бороться со сговором предприятий в сфере ЖКХ, установить "социальный минимум" услуг ЖКХ, оплачиваемый из бюджета	Возможность информировать власть о проблемах работы сферы ЖКХ, о правонарушениях, открытость работы ЖКХ. Доступность медицинских учреждений.

Сравнение предвыборных кампаний



ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

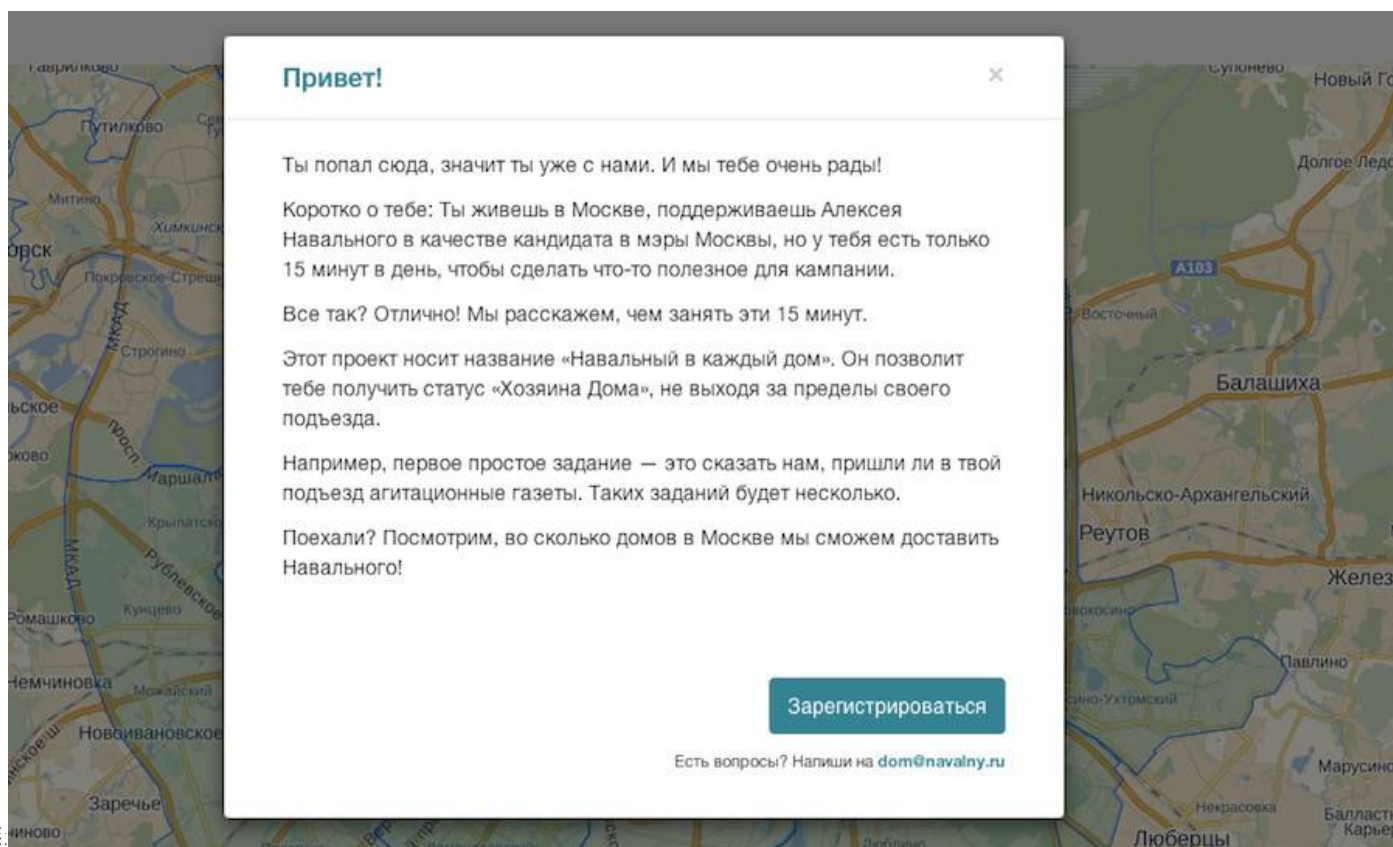
Интернет-технологии в предвыборной кампании А. Навального

1. Сбор средств на осуществление предвыборной кампании.
2. Созданное на базе «Яндекс-карт» мобильное приложение, которое показывает расположение агитационных кубов;
3. Проект «МосВписка»;
4. Проект «Навальный в каждый дом»
5. Распространение агитматериалов – красная наклейка.



ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Интернет-технологии в предвыборной кампании А. Навального



Проект «Навальный в каждый дом»



ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Стратегия корректировки политического имиджа А.А.Навального

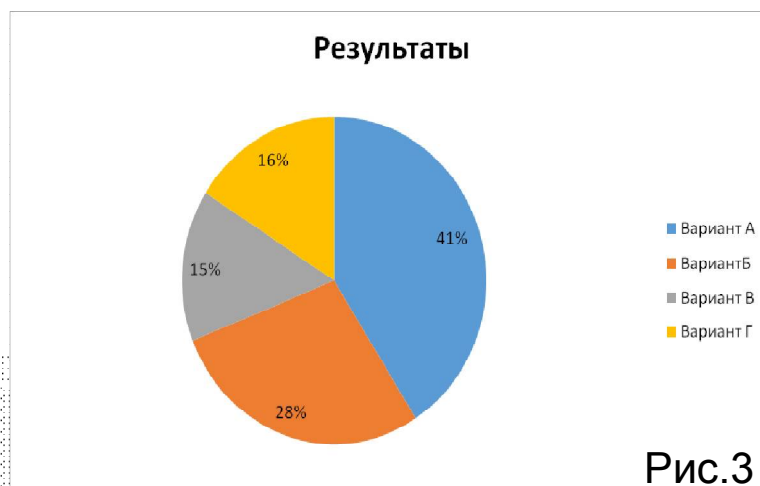
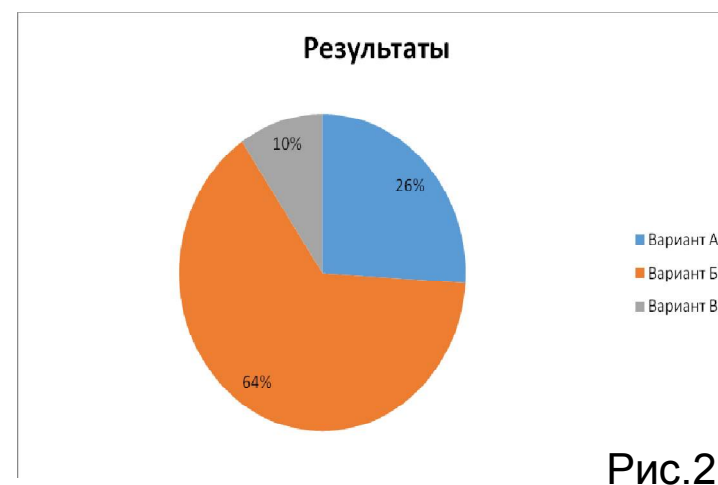
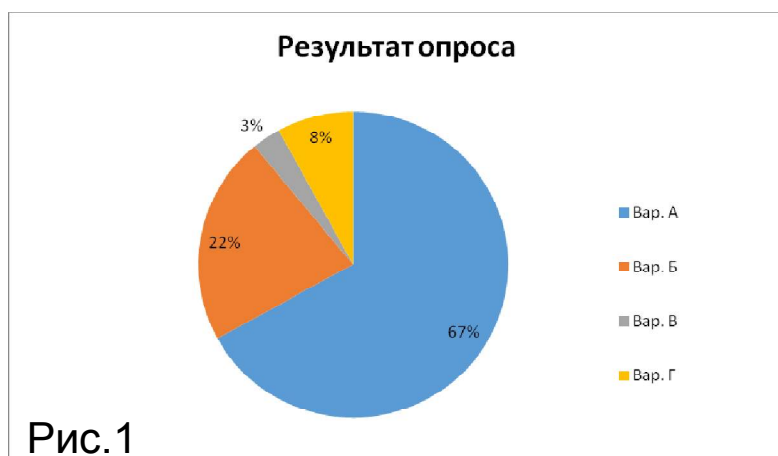
	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	• Молодость и энергичность кандидата; • Нестандартное лицо на политической арене; • Популярность в сети Интернет • Подтвержденные факты борьбы с коррупцией • Открытость для народа	⌚ Слабая партийная поддержка; ⌚ Отсутствие ярких личностей в окружении; ⌚ Частые судебные разбирательства
	Внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности	Внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели
Внешняя среда	⌚ Влияние на аудиторию через традиционные СМИ (радио, ТВ, прессу); ⌚ Формирование положительного имиджа в среде активных интернет-пользователей ⌚ Расширение политической программы	⌚ Ориентирование преимущественно на интернет-аудиторию; ⌚ Сильный административный ресурс и поддержка у соперников

SWOT- анализ ситуации перед выборами мэра Москвы 2018 г.



ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Стратегия корректировки политического имиджа А.А.Навального





ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ PR-ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРИМЕРЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА А.А. НАВАЛЬНОГО

Стратегия корректировки политического имиджа А.А.Навального

ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ

- ✓ Четкость и структурность подаваемой информации при формировании предвыборной программы;
- ✓ Выработка позиций по конкретным ценностным ориентирам.
- ✓ Разработка программы о стратегическом развитии и приоритетах.
- ✓ Расширение круга целевой аудитории;
- ✓ Расширение каналов передачи информации для избирателей;
- ✓ Усиление акцента на отождествлении себя с народом и нейтрализации имиджа в связи с судебными разбирательствами.



" СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА "

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

