

Case-study по дисциплине Консалтинг в связях с общественностью

Case 1

1. прочтите и проанализируйте программу коррекции имиджа кандидата в депутаты молодежного парламента.
2. все ли необходимые меры, которые необходимо принять для коррекции имиджа, были прописаны или что-то было упущено консультантом? Обоснуйте свою точку зрения
3. сделайте прогноз эффективности внедрения программы коррекции имиджа кандидата на основе анализа данной программы
4. предложите свои варианты коррекция имиджа кандидата или дополните уже существующую программу.

До выборов в Молодежный парламент Томской области остается полтора месяца. Студент 5 курса ГФ ТПУ характеризуется хорошей успеваемостью в учебном процессе, является активным участником студенческого движения ТПУ, помогает в решении вопросов социальной жизни студентов и предлагает свои нестандартные решения молодежных проблем. И вдруг скандал. За 2 месяца до выборов он был задержан представителями милиции в общественном месте, что стало поводом для скандальной статьи в газете «За кадры». Эта статья негативно сказалась на репутации молодого человека как студента и как кандидата в молодежный парламент Томской области.

Цель: корректировка имиджа кандидата и создание информационных поводов (выход из кризиса).

Стратегия: позиционирование имиджа кандидата.

Целевая аудитория:

- СМИ
- Члены Молодежного парламента
- Молодые граждане (студенты)
- Преподавательский состав

Для начала следует определить **величину кризиса:**

- 1 степень – рутинные жалобы;
- 2 степень – жалобы, требуемые быстрого реагирования;
- 3 степень** – возможный кризис (риск того, что положение выйдет из-под контроля);
- 4 степень – большой кризис (положение, вышедшее из-под контроля).

План действий:

- 1) Известить необходимые учреждения, предотвратив развитие кризиса.
- 2) Активизировать кризисную команду.
- 3) Собрать факты и информацию.
- 4) Составить описание факта: что все-таки произошло.
- 5) Следует немедленно заняться лечением информационного представления события.
- 6) Необходимо «задушить» нежелательную тему.
- 7) Переключить интерес общественности на другую тему, более значимую (например, напомнить общественности об успехах и достижениях в различных сферах деятельности кандидата).

А также:

- 1) Нужно занять четкую позицию – гибкую, но принципиальную.
 - 2) Централизовать коммуникации.
 - 3) Поддерживать связи со СМИ
- пресс-материалы в печатные СМИ ТПУ («За кадры») – ответная статья/интервью кандидата, где он расскажет о том, что все-таки произошло.

Суть этого сообщения: «Я не буду отрицать, что был задержан представителями милиции, но эта была случайность, ошибка, благодаря которой у меня возникли новые идеи в области охраны и безопасности студентов, которые я подробно изложу в своей программе... Я стал жертвой своих противников, но мстить им я не намерен, так как это не в моих принципах... Я уверен, ВЫ сделаете правильный выбор!!!»

- 4) Распространять листовки, тема которых это опровержение статьи, написанной в газете ТПУ «За кадры» (делать акцент на порядочность кандидата).
- 5) Размещать информационно-рекламный плакат с изображением кандидата и его программой в корпусах ТПУ.
- 6) Подключить «внешнюю группу поддержки» (специалистов, лидеров мнений, ученых, преподавателей).
- 7) Осуществлять постоянный мониторинг и оценку протекания кризиса.
- 8) Позиционирование кандидата после кризиса (акцент будет на том, что сделано, а не на допущенных ошибках).

6 основных принципов работы:

1. **Скорость и работа на опережение.**

2. **Информационная открытость.** Нужно не только предоставлять СМИ всю необходимую информацию, но отвечать на вопросы *любой* аудитории *в достаточном* объеме.

3. **Честность.** Открыто признать, **первыми** огласить *свои* комментарии и *свой* план действий.

4. **Инициатива.** Стать главным источником новостей о происходящем. Предоставлять *достаточно* информации, с подробностями и деталями, и журналистам не придется искать их у других источников.

5. **Координация.**

6. **Работа сразу с несколькими уровнями.** В кризисной ситуации аудитория не ограничивается только СМИ. Нужно работать сразу на нескольких уровнях:

СМИ. Для журналистов подготовить информационные материалы.

Члены Молодежного парламента. Всем членам разъяснить суть произошедшего и правильную трактовку событий.

Студенты (молодые граждане) и преподавательский состав. Для них выпустить информационно-рекламные плакаты о кандидате и его программе, а также листовки.

В кризисной ситуации нужно реагировать быстро, действовать на опережение, работать координировано, перехватить инициативу, **стать главным источником информации** на всех уровнях.

Case 2

1. раскройте и обоснуйте роль имиджа в политической и деловой сферах деятельности
2. назовите основные технологии формирования имиджа политического лидера
3. прочтите статью, в которой представлена сравнительная характеристика изменения имиджа В.В. Путина за последние несколько лет. Проанализируйте внимательно материал
4. чтобы вы как консультанты хотели изменить в имидже В.В.Путина? какие особенности имиджа являются на сегодняшний день наиболее выигрышными и актуальными?

От дешевого галстука к строгому пальто.

«Первое появление Владимира Путина в телевизоре относится к тому времени, когда он был заместителем петербургского мэра. Интервью на скамеечке времен перестройки. Довольно неухоженный мужчина, со встрепанной разночинской прической, в дурном пиджаке, в дешевом галстуке.

Сейчас пиджак президента хорош, галстук стоит ровно половину президентской месячной зарплаты, голова причесана приличным парикмахером.

Однако не стоит думать, будто Владимир Путин сразу стал одеваться хорошо. Все происходило постепенно. Сначала, когда Анатолий Собчак переизбирался в губернаторы и вся его команда пообещала уйти в случае проигрыша патрона, Владимир Путин одевался в игривый салатный двубортный костюм, модный в то время у бизнесменов. Собирался стать бизнесменом?

Потом, когда Анатолий Чубайс пригласил Владимира Путина работать в администрацию президента, наш герой стал носить приличные костюмы, но не догадывался покупать к ним приличные рубашки. Когда его представляли Федеральной службе безопасности в качестве нового директора и полковник Путин сказал, что возвращается в родной дом, он был одет в дорогой пиджак и дорогой галстук, но воротничок его сорочки был мят, как всегда бывают мяты воротнички дешевых сорочек. Воротничок директора ФСБ будет мятым в продолжение всей его службы на этом ответственном посту, в том числе во время памятной поездки в Красноярск на борьбу с преступностью по просьбе губернатора Лебеда.

Дорогие сорочки появятся, когда Владимир Путин кроме должности директора ФСБ займет еще и должность секретаря Совета безопасности. Рискну предположить, что именно на этом этапе своей карьеры наш герой, кроме внешней уверенности, выраженной в хорошем пиджаке, обрел еще и внутреннюю уверенность, выражающуюся в хорошей рубашке. По-настоящему то есть поверил в свои силы.

Плебейские часы на металлическом браслете уступят место на запястье Владимира Путина дорогим часам на благородном кожаном ремешке, только когда Путин станет премьером.

Добиваясь чего-то, Путин будет одеваться в куртку-"Аляску". Добившись — в строгое пальто. В Красноярск к губернатору Лебедю, будучи директором ФСБ, Путин приезжает в "Аляске", а будучи президентом — в пальто. Похоже, "Аляску" Путин надевает, когда вынужден ехать, пальто — когда его просят приехать.

И еще: он никогда не носит шапку. Даже в мороз. Неизвестно почему. Не носит, и все. И поэтому президентская свита тоже самоотверженно морозит уши»¹.

¹ Панюшкин В. Следите за правой рукой // Власть, 2002. — № 14. — С. 18- 19

Case 3

1. Как деятельность спин-доктора влияет на успешность публичных выступлений политика?
2. проанализируйте работу пресс-секретаря М.Тэтчер по ее подготовке к публичному выступлению. Укажите достоинства и недостатки его работы и обоснуйте их

Интервью М. Тэтчер.

Б. Брюс так описывал систему подготовки М. Тэтчер к сложному, с точки зрения ее пресс-секретаря Б. Ингхема, интервью: «Развязав все возникшие вопросы по другим проблемам и согласовав некоторые оборонные ходы по менее существенным проблемам, встреча завершилась в 11.30. Позднее Ингхем сел с премьер-министром, чтобы пройтись по основным проблемам вновь, и проверил подготовку к записи. Выступление премьер-министра было нервным (как всегда) сначала, но она хорошо разогрелась. Все вопросы, которые мы ожидали, были заданы, и она ответила на них, как было согласовано, быстро и энергично, не уходя слишком далеко от намеченной линии. Большая часть подготовки к интервью состоит в повышении уверенности у интервьюируемого, поскольку боязнь сюрпризов делает их нервными. Чем более предсказуем процесс, тем меньше напряжение. По мере прохождения интервью интервьюируемый понимает, что он руководит ситуацией и его уверенность в себе расцветает. Миссис Тэтчер однажды была очень нервной перед появлением в одной из программ, но ее напряжение полностью исчезло, когда, к ее удивлению, она увидела все задаваемые вопросы на "доске для идиотов", поставленной за камерами»¹.

¹ Bruce B. Images of Power. How the Images Makers Shape Our Leaders. — L.: Pan books, 1992. -P. 166.

Case 4

1. внимательно прочтите и проанализируйте приведенную ниже часть статьи.
2. оцените эффективность работы избирательной кампании, организованной политконсультантами для данного кандидата.
3. исходя из имеющейся информации объясните, какие технологии ведения избирательной кампании применялись консультантами и к каким ценностям электората они апеллировали.
4. выдвинете свои предложения по разработке стратегии и тактики проведения избирательной кампании кандидата в подобной ситуации

«Защитник народа».

«В одном из трех главных городов России по одномандатному округу в Государственную Думу был избран человек, который: а) практически ни разу не появился в Думе на протяжении прошлого срока (и это в камеру ТВ говорили коллеги-депутаты); б) женился в прошлом на бомжихе, чтобы получить квартиру и прописку, и до сих пор с ней не развелся (и эта бомжиха сама пришла на телевидение, и ее показали все каналы); в) устроил пьяный дебош в бизнес-классе самолета (и по ТВ выступали стюардессы, экипаж, пассажиры этого самолета); г) во время одного из походов с проститутками в баню напал с топором на сторожа (и этот сторож, хотя кандидат предлагал ему деньги за молчание, все-таки дал интервью во всевозможных средствах массовой информации); д) связан с одной из самых серьезных криминальных группировок России (тоже не секрет для тех, кто знает "крыши" фирм, с которыми сотрудничает кандидат и другие факты). Все это озвучивалось, и неоднократно. Этот кандидат, не подал ни одного иска в суд, потому что все обвинения были правдой. Он просто развернул кампанию на тему; "Меня хотят убрать, так как я неудобный человек, я слишком хорошо защищал интересы народа". И он был избран»¹.

¹ Гусев Д. Г., Матвейчев О. А., Хазеев Р. Р., Черпаков С. Ю. Уши машут ослом; Современное социальное программирование. — Пермь: Vakster Group, 2002.-С. 131-132.