

Карпушин Д., Чикирова С.

Пресс-релиз: правила составления. — СПб.: Питер, 2007. — 224 с: ил.

(Серия «Готовые маркетинговые решения»).

*Пресс-релиз — основа взаимодействия компании с окружающим миром, благодаря которой и выстраивается имидж предприятия. Какие бывают информационные поводы? Какова структура такого пресс-релиза, который охотно растиражируют средства массовой информации? Какие ошибки чаще всего совершаются при подготовке сообщений для журналистов? Книга содержит системные ответы на эти вопросы, практические рекомендации, позволяющие самостоятельно подготовить пресс-релиз, отвечающий запросам СМИ, а также тексты реальных пресс-релизов, освещающих наиболее распространенные информационные поводы. Издание предназначено для специалистов по связям с общественностью, сотрудников пресс-служб, рекламистов, маркетологов и репортеров.*

## Содержание

Введение

### ЧАСТЬ 1. ТЕХНОЛОГИЯ

1. Как устроен пресс-релиз
  - 1.1. Общие требования к пресс-релизу
  - 1.2. Структура пресс-релиза
2. Все об информационных поводах
  - 2.1. Значимость информационного повода
  - 2.2. Типовые информационные поводы
  - 2.3. Раскрытие информационного повода
  - 2.4. Слабые информационные поводы
  - 2.5. Особенности раскрытия слабого информационного повода
  - 2.6. Устаревшие информационные поводы и особенности их раскрытия.
3. Типовые ошибки при написании пресс-релизов

### ЧАСТЬ 2. ПРАКТИКУМ: ПРИМЕРЫ ЭФФЕКТИВНЫХ И НЕЭФФЕКТИВНЫХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ

1. Новые технологии, приборы
  - 1.1. Начало разработки новой технологии, прибора
  - 1.2. Стадии разработки нового прибора
  - 1.3. Запуск в производство нового прибора
  - 1.4. Стадии производства нового прибора
2. Проведение конференций, семинаров на базе предприятий
  - 2.1. Анонс мероприятия
  - 2.2. Промежуточные сообщения
  - 2.3. Итоговое сообщение
3. Участие организации в профильных выставках
  - 3.1. Анонс участия предприятия в мероприятии
  - 3.2. Промежуточные сообщения

### 3.3.Итоговое сообщение

4. Значимые даты и события в жизни организации
  - 4.1.Анонс
  - 4.2.Награждение предприятия или его руководителя
  - 4.3.Присвоение имени предприятия или руководителя чему-либо
  - 4.4.Итоговое сообщение
5. Структурные изменения в организации
  - 5.1. Слияние, реструктуризация, открытие или образование новых структур производств, цехов
6. Кадровая ситуация в организации
  - 6.1.Введение новых руководящих должностей
  - 6.2.Помощь сотрудникам
  - 6.3.Смена высшего руководящего состава
7. Экономическая деятельность организации
  - 7.1.Участие в тендерах
  - 7.2.Получение заказов и заключение договоров
  - 7.3.Получение кредитов
  - 7.4.Итоги за отчетный период
8. Производственная деятельность организации
  - 8.1.Выполнение нетипичных или уникальных заказов
  - 8.2.Выпуск юбилейной (по счету) продукции
  - 8.3.Получение международных лицензий или сертификатов
  - 8.4.Реконструкция оборудования и производства
9. Общественная, спонсорская и благотворительная деятельность организации
  - 9.1.Выделение средств в помощь пострадавшим от стихийных бедствий или терактов
  - 9.2.Поддержка культурных, спортивных и общественных акций как минимум городского масштаба

- 9.3. Участие в культурных, спортивных и общественных акциях как минимум городского масштаба
- 9.4. Поддержка социальных учреждений, прочая благотворительная деятельность
- 9.5. Участие в профильных общественных организациях, профессиональных объединениях
- 9.6. Поддержка непрофильных учебных заведений и детских учреждений
- 10. Взаимоотношения с профильными вузами
  - 10.1. Участие в программах подготовки и трудоустройства молодых специалистов
  - 10.2. Стипендиальные программы
  - 10.3. Участие в программах подготовки и трудоустройства молодых специалистов
- 11. Визит на предприятие VIPOV
  - 11.1. Визит на предприятия VIPOV
- 12. Чрезвычайные происшествия на предприятии
  - 12.1. Информация о ЧП
  - 12.2. Хроника происшествия или ликвидации его последствий
  - 12.3. Итоговое обобщение (по событию)
  - 12.4. Итоговое обобщение (за период)

Глоссарий