

**Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа № 80
с углубленным изучением английского языка**

Технология проведения PR-кампании

**Вишнякова Е.Р.,
заместитель директора по ВР,
учитель МХК и ОДНКНР высшей кв. кат.**



ТЕРМИНОЛОГИЯ



PR-КАМПАНИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ГЕРОЯ

- комплекс мер, выполняемых с помощью инструментария, позволяющих **подготовить целевую аудиторию**, изначально настроенную нейтрально или даже негативно **для принятия положительного решения** в пользу определенного литературного героя

- **технология создания и внедрения** образа персоналии в ценностный ряд социальной группы с целью закрепления этого образа как идеального



Технология проведения PR-кампании литературного героя



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Создание и воспроизводство образа литературного героя, его имиджа



ВОЗВЫШЕНИЕ ИМИДЖА



Управление общественным мнением



Системный подход к организации PR- кампании



1. Исследование

Получить максимально широкую информацию по вопросу. Какова целевая аудитория?

2. Постановка цели

Чего мы хотим достичь?
К каким изменениям целевых аудиторий приведут наши действия?

3. Стратегия

Сформировать решения, которые приведут к достижению поставленных целей.
Что мы должны сделать? Каково наше PR-послание?

4. Программа действия

Выбор канала коммуникации. Эффективная коммуникация строится на чётком знании аудитории

5. Ресурсы

Определяется персональная ответственность каждого участника. Сколько людей задействовано? Какие материалы понадобятся?

6. Оценка успешности

Достижение результата



Цели проведения PR-кампании литературных героев



Создать условия для

- развития умений выразительной речи за счёт систематизации и углубления знаний
- расширения социальной значимости выразительной устной речи на английском языке
- развития творческого мышления, совершенствования опыта продуктивной творческой деятельности на иностранном языке



Алгоритм подготовки PR-кампании



Распределение ответственности между участниками творческих групп

Сформировать 2 творческие группы (3 - 4 человека)

Разработать план работы над PR-кампанией

Выбрать литературных героев

- ▶ **Перечитать яркие эпизоды, посвящённые раскрытию характера персонажа**

- ▶ **Разработать сообщения в виде презентаций для разных целевых аудиторий**

Адаптировать лексико-грамматический материал в соответствии с возрастными особенностями учащих целевой аудитории и их интересами

Провести репетиции

Провести PR-кампанию

1 2

Голосование

Подвести итоги

Отзывы

Алгоритм подготовки PR-кампании



ШЕРЛОК ХОЛМС



ЧЕШИРСКИЙ КОТ



ШАГ 1



СОЗДАНИЕ ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА

A: Cheshire Puss (Cat). Can you tell me, which way should I go from here?
C: It depends where you want to get to.
A: I don't much care where.
C: Then it doesn't matter which way you go...
A: ...so long as I get somewhere. What sort of people live here?
C: In that direction lives a Hatter; and in that direction lives a March Hare. Visit either you like: they're both mad!
A: But I don't want to go among mad people.
C: Oh, you can't help that, we're all mad here.
A: How do you know I'm mad?
C: You must be or you wouldn't have come here.
Do you play croquet with the Queen to-day?
A: I should like it very much, but I haven't been invited yet.
C: You'll see me there...
A: Please, don't appear and disappear (vanish) so suddenly.
C: All right.
A: Well! I've often seen a cat without a grin (smile) but a grin without a cat! It's the most strange thing I've ever seen in my life!

28/01/2013

Alice is going through the forest. Cheshire Cat is sitting on the tree. ~~It~~ ^{He} has a very big smile and look at her. Me is looking at her with a very big smile.
A: Cheshire Cat. Please help me! Where should I go?
C: Yes, I'll help you! ^{Inlala and Tralala} Hatter lives there. March Rabbit lives there. But they are crazy!
A: But I don't want to ^{go to} crazy people.
C: You can't help that. We are all crazy here!
A: Oh...
C: ^{Will} Do you play croquet with the Queen today?
A: No, but I want!
C: You'll see me there...
And the cat disappears. goes away
A: Bye-bye.

28/01/2013

ШАГ 2

ОБСУЖДЕНИЕ ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА



28/01/2013

ШАГ 3



КОРРЕКТИРОВКА ВТОРИЧНОГО ТЕКСТА



28/01/2013

ШАГ 4



РЕПЕТИЦИЯ В АКТОВОМ ЗАЛЕ



ШАГ 5



ПРОВЕДЕНИЕ PR-КАМПАНИИ

Dear teachers and pupils!!!

You are welcome to the battle of
Sherlock Holmes & Cheshire Cat
on 5,6 February 2013 (Assembly Hall)

3-4 forms are invited after the 1st lesson
5-8 forms are invited after the 2nd lesson
9-11 forms are invited after the 3rd lesson

Please Vote for Cheshire
Cat or Sherlock Holmes
on 7 February put the bulletin
into a special box in the hall



05/02/2013

ШАГ 5



ЗРИТЕЛИ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ



05/02/2013

ШАГ 5



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ. СТАРШАЯ ШКОЛА



ШАГ 6

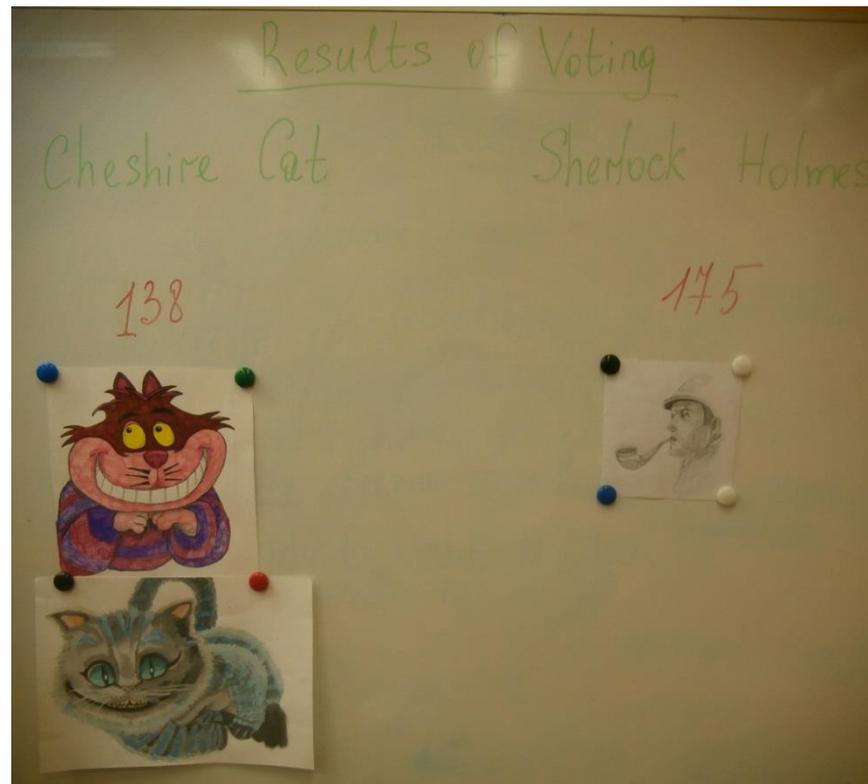
ГОЛОСОВАНИЕ



ШАГ 7



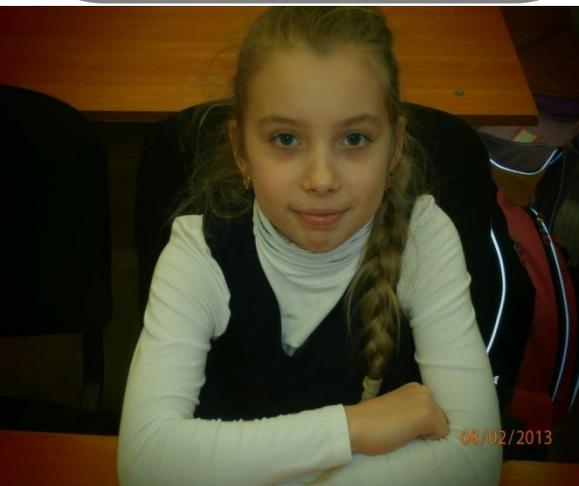
РЕЗУЛЬТАТЫ ГОЛОСОВАНИЯ



Отзывы о PR-кампании



PR-кампания очень увлекательная, потому что было интересно. Много 3D. К рекламе ЧЕШИРСКОГО КОТА была хорошо подобрана музыка и всё казалось волшебным.



Даша Красножон
3 в класс

Недавно мы смотрели представление двух PR-кампаний. Героем одной из кампаний был известный всем Шерлок Холмс, а другой загадочный Чеширский Кот. Первая группа, представлявшая Шерлока Холмса была намного увлекательнее. Как только мы вошли в зал, нас разделили на несколько команд. Нам рассказали интересные факты о Шерлоке Холмсе. Задали интеллектуальные вопросы. Затем была **ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ** викторина. Мы расширили свой кругозор и хорошо провели время.

Маша Середа
7 а класс

Мне очень понравилось проведение представления двух литературных героев. Очень интересно было наблюдать за тем какие индивидуальные качества выявляют в этих героях. Я открыла для себя новое, по-другому посмотрела на Кота и Шерлока. Хотелось бы снова посмотреть такие проекты и поучаствовать в них.

ПРЕДВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ



Группа:

https://vk.com/election80?amp%3Bref=feed_notifications

ШАГ 1. Выдвижение кандидатов



ШАГ 2. Предвыборная агитация



Агитационный ролик



ШАГ 3. Дебаты кандидатов

1 октября 2018 года (понедельник)

ДЕБАТЫ

Кандидатов на пост
Президента Школьной страны

Во время больших перемен
кандидаты-соперники встретятся, чтобы
доказать избирателям и друг другу
преимущества своих программ
и своих кандидатур

Не пропустите наши трансляции
ПРЕДВЫБОРНЫХ ДЕБАТОВ В ГРУППЕ
ПРЕСС-ЦЕНТРА «ВИНЕГРЕТ»
на больших переменах

<https://vk.com/vinegret80>

ПРЕДВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ



Группа:

https://vk.com/election80?amp%3Bref=feed_notifications

ШАГ 4.

Опросы школьного сообщества

Что может сделать

Президент Школьной Страны?

Президент	Деятельность
Марк Назимович Толубаев	Традиция Школьного Мировидение
Ксения Баринава	- Организация мероприятий для младшей школы старшеклассниками; - Совет начальной школы; - День Дублёра
Андрей Бондарёв	Представлял школу в городском Штабе РДШ и обещал шоколадки в буфете
Софья Фокина	Организация волонтерского движения в школе
А кто будет здесь?	Что сделает для Школьной Страны он? Сделает ли?

Решать тебе 3 октября!

Устами младенца истина глаголет...



Кто такой Президент Школьной Страны?

ШАГ 5.

День тишины



Винегрет – пресс-центр школы №80 ✓

2 окт 2018 в 22:06 · Госорганизация

С 00:00 3 октября 2018 года наступает день выборов Президента Школьной Страны 2018. Любая агитация, кроме агитации процедуры выборов – запрещается.

В случае нарушения: кандидат будет снят с выборов, а в случае с иными лицами – они будут лишены права голосовать.



День Тишины

*По результатам опроса школьного сообщества

ПРЕДВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ



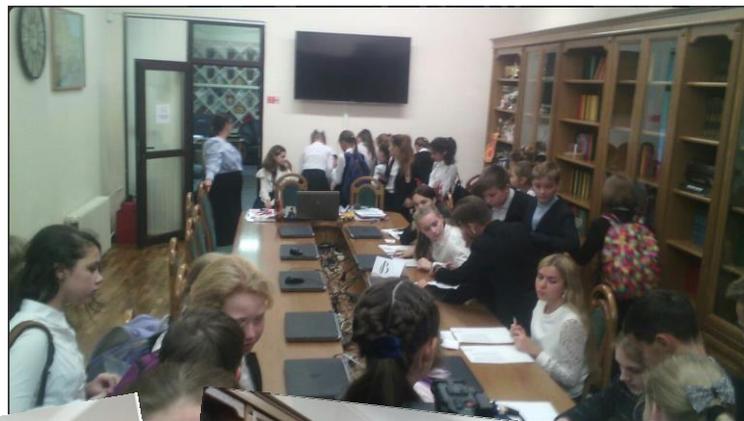
Группа:

https://vk.com/election80?amp%3Bref=feed_notifications

ШАГ 6. *Общешкольное голосование*



Выборы Президента Школьной Страны 2018 запись закреплена
19 сен 2018



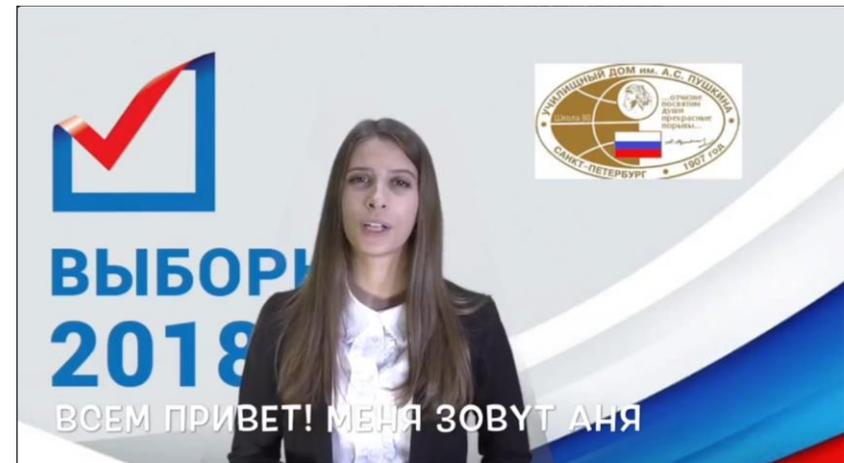


Группа:

https://vk.com/election80?amp%3Bref=feed_notifications

ШАГ 7. *Итоги*

**Итоги
общешкольного
голосования**



Индивидуальное задание

Опишите технологию проведения PR-кампании чего-либо (мероприятия) или кого-либо (персоналии) в Вашем ОУ в соответствии с изученным алгоритмом

1. Исследование

Получить максимально широкую информацию по вопросу. Какова целевая аудитория?

2. Постановка цели

Чего мы хотим достичь?
К каким изменениям целевых аудиторий приведут наши действия?

3. Стратегия

Сформировать решения, которые приведут к достижению поставленных целей.
Что мы должны сделать? Каково наше PR-сообщение?

4. Программа действия

Выбор канала коммуникации. Эффективная коммуникация строится на чётком знании аудитории

5. Ресурсы

Определяется персональная ответственность каждого участника. Сколько людей задействовано? Какие материалы понадобятся?

6. Оценка успешности

Достижение результата

Тьютор: Вишнякова Елена Робертовна

vishnyakova@school80.spb.ru

**Индивидуальное
задание**

до 21.11.2022

на почту тьютора