

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Профессиональные и личностные качества PR-специалиста региональной коммерческой компании

Будникова Наталья Сергеевна

Студент

*Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Ф. Филиппова,
Гуманитарный , Улан-Удэ, Россия
E-mail: budnikova_natasha@mail.ru*

Деятельность PR-специалистов является не только важной и ответственной, но и очень сложной с точки зрения своего содержания. Отсюда особые требования к субъектам деятельности – PR-специалистам. Обзор научных исследований и публикаций по данной проблеме показал, что этому вопросу уделяется недостаточное внимание, а о профессионализме личности или деятельности PR-специалистов речь не идет вообще, в лучшем случае говорят об «эффективном PR-специалисте». В то же время интерес к этому виду профессиональной деятельности огромный, к тому же он постоянно растет. Общее число желающих изучать «паблик рилейшнз» ежегодно возрастает примерно на 25%, причем постоянно растущую долю составляют женщины. По мнению специалистов, это связано с рядом причин. Во-первых, такая работа является высокооплачиваемой и престижной. Во-вторых, она предоставляет практически неограниченные возможности для личностно-профессионального развития. В-третьих, в ней много элементов творчества [1].

PR-менеджер - это специалист, отвечающий за создание и поддержание благоприятного общественного облика своей компании, а также за ее положительный внутрикорпоративный имидж [3].

Для уяснения роли специалиста в области паблик рилейшнз укажем признаки, отличающие руководителя в области связей с общественностью: способность к аналитической работе; ясное и стратегически направленное мышление; высокая коммуникабельность и готовность к общению; фантазия, способность устанавливать связь между целями предприятия и коммуникационными программами; способность оценивать тенденции общественного развития; профессиональные знания по проблемам, связанным с той отраслью хозяйства, в которой он занят; знание иностранных языков [2].

В исследованиях отечественных специалистов были выявлены профессиональные типы российских PR-специалистов. Главным основанием создания классификации служил критерий эффективности деятельности. Всего выделено четыре типа: аморфный, защищающий, воздействующий, демократический. Специалист аморфного типа не стремится к инновационной деятельности, не принимает ключевых решений. Данная группа немногочисленна. Специалист защищающего типа стремится профессионально выполнять свое дело, но они склонны пренебрегать исследованиями, тем самым недооценивая роль обратных связей с общественностью. К этой группе принадлежат около половины PR-специалистов. Специалист воздействующего типа чаще всего занимается консультированием по разрешению кризисных ситуаций во взаимоотношениях с общественностью. Недостаточно используют возможности равноправного диалога и сотрудничества. Специалист демократического типа большое внимание уделяет изучению ответственности, заботится об имидже организации, ее репутации. Склонны выполнять роли

консультанта по кризисным ситуациям и эксперта-коммуникатора. К этой группе принадлежит примерно треть специалистов [2].

Профессиональную деятельность специалиста по связям с общественностью в региональной коммерческой компании мы рассмотрим на примере компании "Славия-Тех лидера на рынке бытовой техники и электроники Республики Бурятия, которая является дочерним предприятием ООО «ТАН», основанного в 1992 году. Полученные выводы сделаны на основе интервью, взятого у главного специалиста по связям с общественностью ООО «Славия-Тех» в мае 2012 года, а также на основе метода наблюдения в процессе учебной практики.

Специалист по связям с общественностью в региональной коммерческой компании осуществляет следующую работу: готовит итоговые отчеты о деятельности компании, составляет фототеку, видеотеку, подготавливает имиджевые статьи, PR-заметки в местные СМИ; проводит пресс-конференции, пресс-визиты, PR-акции, специальные мероприятия: конкурсы, проведение презентаций, ежегодное чествование лучших продавцов – консультантов; готовит тексты поздравлений сотрудников с праздниками от имени управляющего директора и его заместителей. Кроме того, в своей деятельности он выполняет работу менеджера по рекламе.

Исходя из этого, нам представляется размытый образ PR-специалиста, который вмещает в себе функции и других специалистов. Проанализировав деятельность специалиста по связям с общественностью компании «Славия-Тех», можно отнести ее к демократическому типу PR-специалистов.

На основе результатов данного исследования, можно сделать вывод о том, что в Республике Бурятия круг обязанностей PR-специалиста достаточно широк. Он выполняет не только свою работу, но и работу других специалистов, таких как имиджмейкер, пресс-секретарь, спичрайтер, модератор, консультант, менеджер по рекламе и т.д. В идеале все эти обязанности должны выполнять другие сотрудники. Поэтому в понимании граждан сформировался неточный образ специалиста по связям с общественностью, и этот образ далек от реального.

Безусловно, профессия PR-специалиста вечная. В этой сфере невозможно вытеснить человека, автоматизировав его функции. Такая высокая значимость и привлекательность обусловили особое внимание к профессиональной подготовке специалистов по связям с общественностью.

Литература

1. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: учебник. – 5-е изд., - М: «Дело» АНХ, 2008
2. Библиофонд.ру: <http://bibliofond.ru>
3. Личные деньги.ру: <http://www.personalmoney.ru/>

Слова благодарности

Спасибо за предоставленную возможность участия в конференции!