



МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛОВДИВ
ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ“
ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

Лекция № 6

**УПРАВЛЕНИЕ НА ВРЪЗКИТЕ С
ОБЩЕСТВЕННОСТТА**

За дистанционна самоподготовка по „Връзки с обществеността“ за студенти от специалност „Управление на здравните грижи“ – ОКС „Бакалавър“

Доц. Макрета Драганова, д.м.



Здравейте!

Как сте?

Управление и връзки с обществеността






Анализ и определяне на проблема – методи

1. Наблюдение и анализ на средата – проучване на общественото мнение, с цел събиране на информация;
2. Комуникационен одит – пълен анализ на организационните комуникации – вътрешни и външни, има ли отклонения от нормите, какво може да се промени;
3. Ситуационен анализ – установява се степента на осъвременяване на наличните данни, вътрешни и външни.




Какво включва ситуационния анализ на вътрешните фактори? (1)

1. Анализиране на мисията на организацията, вътрешните норми, историята, структурата;
2. Описание и история на програмите, продуктите и услугите
3. Статистика на ресурсите – финансови, човешки, продажби, печалби



Какво включва ситуационния анализ на вътрешните фактори? (2)


4. Формулиране на политики, правила и процедури, имащи отношение към дадена проблемна ситуация;
5. Изявленията на ключовите служители за ситуацията;
6. Описание на подходите на организацията за справяне с текущите проблеми



Какво включва ситуационния анализ на вътрешните фактори? (3)


7. Списък и характеристика на организационните вътрешни специални групи;

8. Списък на медиите в организацията, начина на комуникация с вътрешните групи



Какво включва ситуационния анализ на външните фактори? (1)


1. Анализ на материалите, появили се в медиите – вестници, списания, специализирани бюлетини, радиопредавания, телевизионно покритие;
2. Списък на медии, репортери и журналисти, отговарящи за новините и статиите, свързани с проблема



Какво включва ситуационния анализ на външните фактори? (2)

3. Списък и информация за групите и хората, които имат позиция по проблема, споделят грижите на организацията и проявяват интерес;


4. Списък и информация за групите и хората, които се противопоставят на организацията, оценка на интересите им и позициите по проблемната ситуация



Какво включва ситуационния анализ на външните фактори? (3)

5. Оценка на резултатите от изследване на общественото мнение, имащи отношение към организацията и проблемната ситуация

6. Списък на държавните агенции, законодателни и други органи с регулаторна и законодателна власт, въздействащи на организацията и проблема



Какво включва ситуационния анализ на външните фактори? (4)

7. Анализ на регулативните норми, закони, референдуми, законопроекти, официални публикации и отчети;

8. Анализ на публикуваните изследвания и теми, имащи пряко и косвено отношение към проблемната ситуация



Цел на анализа:

- Колко и какви хора могат/имат нужните умения да използват информацията?
- Какъв тип информация използват хората?
- Как се използва информацията от публиките?
- Какви са перспективите за използване на информацията?

АНАЛИЗИРАНЕ И ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ

● 1. Неформални методи:

- Лични контакти;
- Ключови фигури, разполагащи с информация;
- Фокус-групи и граждански форуми;
- Консултативни бордове и комитети;
- Обществен защитник (омбудсман)
- Анализ на телефонните линии;
- Анализ на пощата, онлайн източници;
- Специализирани отчети

Анализиране и определяне на проблемите

- 2. Формални методи
- - Вторичен анализ и онлайн база данни;
- - Контент – анализ – обективен анализ на действително съобщение в медиите;
- - Изследвания на общественото мнение

Неформални методи

- Лични контакти

Напр. участие в специализирани конгреси, изложби, професионални срещи с цел осъществяване на лични контакти, вникване в ситуацията и придобиване на знания.

„Час на отворените врати“ – един път седмично за пациенти

Неформални методи

- Фокус – групи

Съвкупност от строго структурирана група от хора с фиксиране на техните реакции и мнение чрез видеозапис.

Събира се информацията относно реакциите на направени предложения.

Консултативни бордове и комитети –

При дългосрочни програми и решаване на стратегически проблеми

Неформални методи

- Омбудсман (обществен защитник)

Начало 1713 г. , Швеция –
правителството създава подобна
институция.

У нас:-2004 Закон за Омбудсмана

– 2006 г. с чл. 91.“а” от Конституцията на
Република България.

-2012 – Правилник за организацията и
дейността на Омбудсмана

Неформални методи

- Омбудсман (обществен защитник)

Относно организацията:

Съдейства за решаване на проблемите на вътрешните публики на една организация.

Препоръка: всяка голяма болница да има в организационна структура омбудсман, който се занимава с проблемите на персонал, пациенти, студенти.....

Омбудсман Диана Ковачева

ombudsman.bg/faq/



ОМБУДСМАН НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

търсене

подай жалба онлайн

[начало](#) | [за омбудсмана](#) | [новини](#) | [нормативна уредба](#) | [добро управление](#) | [национален превантивен механизъм](#) | [библиотека](#) | [екип](#) | [контакти](#)



Омбудсманът Диана Ковачева към „Топлофикация“: Смяната на абонатните номера без ясно предупреждение трупя сметки на гражданите

Омбудсманът Диана Ковачева изпрати препоръка до изпълнителния директор на „Топлофикация София“ ЕАД, в което призовава да се прекрати почти „апокрифния“ подход,

- Какво е омбудсманът?
- Кой може да се обръща към омбудсмана?
- Как мога да се обърна към омбудсмана?
- По какви въпроси може да ми помогне омбудсманът?
- Може ли омбудсманът да отмени административен акт или съдебно

Неформални методи

- „Горещи телефонни линии“

Осигуряване на действителна обратна връзка от различни публики

Анализ на пощата

Събиране на информация чрез периодичен анализ на получаваната поща.

Внимание! Телефоните и пощата дават данни, но трябва да служат като база за формални проучвания, а не за глобални изводи

Неформални методи

- Онлайн източници

Наблюдение на IT – пространството за да се включи PR – специалиста в комуникацията и да повлияе върху виртуалните разговори

НЕДОСТАТЪЦИ:

- Нараняване и отблъскване на самите публики;
- Не определят общественото мнение

Формални методи

Характеристики:

- Научнообосновани;
- Представителна извадка;
- Ясно формулирани цели на база на данни от неформалните методи;
- Използват се статистически данни

Формални методи

Вторичен анализ и онлайн база данни

Използва резултати и данни от други изследвания, обработени от друг и с други цели;

Контент – анализ

Процедури за обективен анализ на действително съобщеното в медиите.

Цел – преминаване от текста към извънтекстовата реалност, т.е. социалната действителност

Формални методи

- Изследвания на общественото мнение

1. Анкети по пощата – предимства

Спестяват време;

Удобни за респондентите, които сами решават кога да попълнят анкетната карта;

Осигуряват анонимност и възможности за стандартизирана обработка;

Няма влияние от страна на интервюиращия

Формални методи

- Изследвания на общественото мнение

2. Персонално интервю (лице в лице) –
предимства

Изследователите имат контрол върху извадката;

По-голяма гъвкавост от страна на респондентите;

Осигурява възможност да се наблюдават и записват реакциите на респондентите;

По-ниско ниво на анонимност;

Формални методи

- Изследвания на общественото мнение

3. Телефонно интервю – **предимства**

Спестяват време и финансии;

Интервюиращият има възможност да повлияе на отговорите с присъствието си;

Осигуряват анонимност и възможности за стандартизирана обработка;

Няма влияние от страна на интервюиращия



Управление и ВО - планиране

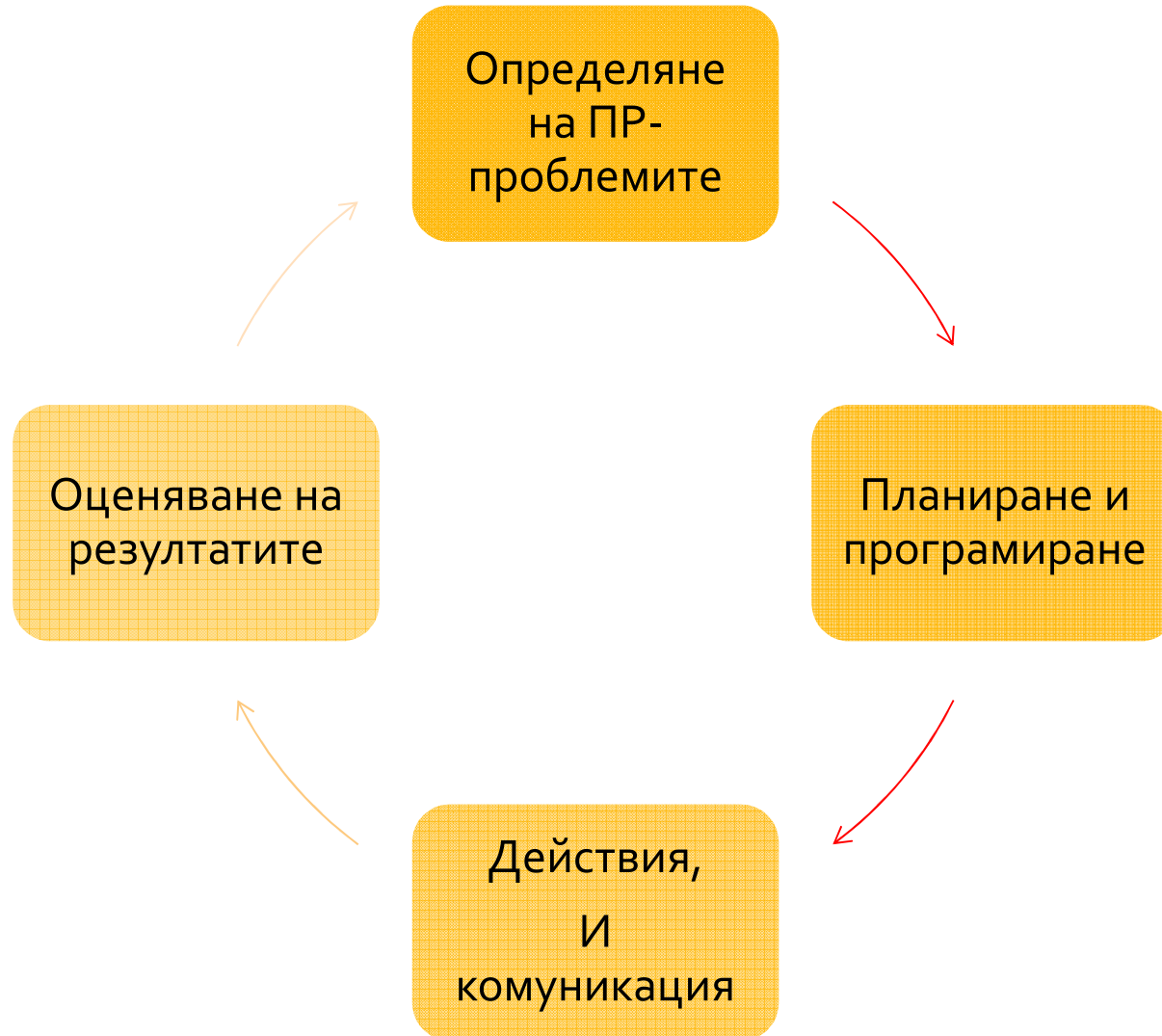
- След като PR – проблемът или възможностите за развитие са определени чрез изследване и анализ, специалистите следва да подготвят/планират стратегия и тактика за разрешаване на проблема.



Управление и ВО - планиране

- Планиране – написване на и приемане на конкретна ПРОГРАМА и планиране на нейното реализиране

Управление и връзки с обществеността





Елементи на ПР - програма

1. План на програмата
2. План на приложението на програмата
 - 2.1. Създаване на сценарий (визия за бъдещето)
 - 2.2. Предвиждане на кризи
 - 2.3. Изграждане на информационен център
 - 2.4. Определяне на бюджета
 - 2.5. Предварително тестване на програмата
 - 2.6. „Продаване“ на плана



Елементи на ПР - програма

3. Определяне на целевите публики

4. Подготовка на програмните задачи



Управление и ВО – предприемане на действия

- Същност – реализиране на стратегията чрез определени **действия и комуникация**
- - действието като компонент на стратегията
- - комуникацията като компонент на стратегията

Управление на ВО – оценка на резултатите - 1


1. Критерии и методи за оценяване на подготовката;

Техники/методи за четивност и слушаемост на съобщенията:

- Метод на Rudolph Flesch;
- Метод на Robert Gunning (Fog-индекс)
- Метод на Fang

2. Критерии и методи за оценяване на реализацията (читаемост)

- Метод на Starch



Управление на ВО – оценка на резултатите - 2

- Критерии и методи за оценяване на въздействието;
 - Познанията преди и след програмата
- Изчислява се:
 - - брой хора променили мнението си;
 - - брой хора променили нагласите си;
 - - брой хора променили поведението си



Благодаря за вниманието!