

PR - кампания 142 группа

1. это система пр-акций, направленная на обеспечение эффективной реализации экономической, политической культурных и иных проектов
2. комплекс мероприятий, осуществляемых с помощью пр-технологий, который дает возможность склонить целевую аудиторию в пользу определенного продукта или компанию
3. комплекс мер или мероприятий, заранее спланированных, которые выполняются для привлечения внимания к чему-либо. Пр-кампания подготавливает целевую аудиторию к принятию положительного решения в пользу продукта
4. комплекс мероприятий, направленных на создание определенного имиджа продукта
5. ряд мероприятий, проводимых для осуществления общественно-политической, социальной или культурной задачи, которые нацелены на совершенствование имиджа субъекта, а также поддержание хороших связей с общественностью
6. группа мероприятий, нацеленная на повышение узнаваемости и доверия к бренду/товару/услуге/персоне
7. целенаправленный и длительный комплекс мероприятий, направленный на достижение ключевых целей компании путем взаимодействия на аудиторию методами PR
8. рекламно-информационная кампания, направленная на формирование общественного мнения и представления о бренде с использованием инструментов PR
9. совокупность стратегических действий, направленных на решение имиджевых задач по средствам пр-действий
10. кампании в СМИ проводимая для формирования положительного общественного решения о том или ином продукте
11. совокупность мер, направленных на создание или изменение имиджа объекта (компании, товара, услуги) и представлений о нем
12. комплекс мер предпринимаемых для повышения имиджа объекта пиара, а также его известности. Пр-кампания способствует формирования отношения производитель-клиент
13. комплекс мер, выполняемых с помощью инструментов PR, позволяющих подготовить ЦА, изначально настроенную нейтрально или негативно для принятия положительного решения в пользу определенного продукта, проекта или компании
14. комплекс запланированных мероприятий с целью освещения определенной темы или информационного повода, содержащий ключевые сообщения и рассчитанный на определенную ЦА
15. система мероприятий, выполняемых при помощи инструментов PR, нацеленных на подготовку аудитории к принятию определенного проекта компании или продукта, а также усилить к ним лояльность аудитории
16. совокупность пр-операций системно объединенных для осуществления определенного стратегического замысла