

Важные аспекты организации пресс-тура: от планирования к оценке эффективности

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Мишакова Андрианна Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Misakovaandrianna@gmail.com

Тезисы доклада:

Суть и цель: Пресс-тур — это не просто экскурсия, а инструмент PR, направленный на создание глубокого погружения журналистов в контекст работы компании или проекта для получения качественных и охватных публикаций.

Процесс подготовки пресс-тура целесообразно разделить на три ключевых этапа: pre-production, production и post-production.

На этапе планирования критически важным является определение эксклюзивного информационного повода. Пресс-тур оправдан только в том случае, если журналист получает доступ к информации или локации, которые невозможно изучить дистанционно. На данном этапе происходит сегментация медиапула: отбор федеральных, региональных и специализированных СМИ, а также релевантных блогеров. Особое внимание уделяется «бесшовной» логистике. Проработка маршрута, тайминга и условий пребывания «под ключ» — это не вопрос комфорта, а фактор, напрямую влияющий на лояльность участников и их готовность работать в заданном темпе.

Информационное наполнение мероприятия включает подготовку расширенного пресс-пакета. В эпоху цифровизации недостаточно предоставить печатные материалы; необходимо обеспечить журналистов качественным визуальным контентом (фото в высоком разрешении, B-roll видеоматериалы), доступным по QR-кодам или в облачных хранилищах непосредственно во время мероприятия.

Этап проведения требует жесткой модерации тайминга, учитывающего дедлайны различных типов СМИ (информантства, ТВ, онлайн-порталы). Ключевым фактором успеха здесь выступает работа спикеров. Обеспечение доступа к первым лицам компании для эксклюзивных комментариев повышает статусность мероприятия и вероятность получения публикаций с глубокой аналитической составляющей.

На этапе пост-активности проводится не только количественный мониторинг (число публикаций), но и качественный анализ: соответствие материалов ключевым сообщениям (key messages) компании, тональность публикаций и охват целевой аудитории. Важным аспектом является поддержание долгосрочных отношений (media relations) с пулом участников после завершения пресс-тура, что позволяет закрепить позитивный имидж организации в медиасреде.

Источники и литература

- 1) Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров: учеб. пособие. — М.: Юрайт, 2023. — 103 с.
- 2) Блэк С. Паблик рилейшнз / пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2022. — 56-73 с.
- 3) Бурковская К. А. Разработка коммерческого предложения для привлечения партнеров на событие. М.: ЛитРес, 2024. — 26-28 с.
- 4) Демиденко А. Событие под ключ: полный гайд по организации. — М.: ЛитРес, 2025. — 56-61 с.
- 5) Каледин С. Маркетинговая деятельность при организации и проведении праздничных мероприятий — М.: 2024. — 205 с.
- 6) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. — СПб.: Питер, 2021. — 23 с.
- 7) Сабылинская О. Из бюджета только кот. Книга о продвижении и прогревах. — М.: АСТ, 2021. — 305-307 с.
- 8) Трофимова О. Н. 1000 мелочей и другие вопросы рынка рекламы и спонсорства. — М.: АСТ, 2020. — 56-67 с.
- 9) Цветкова А. Человек-праздник. Как стать организатором ивентов. М. 2023. — 77-78 с.
- 10) Виды и жанры PR-текстов в коммуникационной стратегии пресс-службы: комплексный академический анализ // ReferatBooks.ru. — 2025.
- 11) Семенова Л. М. ESG-коммуникации компании: преимущества, проблемы, драйверы развития // Язык. Коммуникация. Общество. — 2023. — №2.
- 12) Стабильность PR-деятельности и её эффективность: анализ современных PR-кампаний // Вестник научных публикаций (сборник материалов по проблемам PR-мероприятий). — 2025. — № 6. — С. 150–158.
- 13) Как вести себя в пресс-туре. Секретные правила для журналистов и пиарщиков. [Электронный ресурс]. — URL: <https://paparazzi.livejournal.com/20699151.html>? (дата обращения: 21.01.2025)
- 14) Основные понятия и задачи организации пресс-тура. [Электронный ресурс]. — URL: https://pro.zaochnik-com.com/spravochnik/reklama-i-pr/media-planirovanie-i-mediamedzhment/cto-takoe-press-tur/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fap-vuz.ru (дата обращения 17.02.2026)
- 15) Пресс-тур: быть или не быть. [Электронный ресурс]. — URL: <https://delovoymir.biz/press-tur-byt-ili-ne-byt.html> (дата обращения: 25.12.2025).
- 16) Пять шагов к идеальному пресс-туру. [Электронный ресурс]. — URL: <https://kdelu.vtb.ru/articles/pyat-shagov-k-idealomu-press-turu/> (дата обращения: 09.01.2026)