

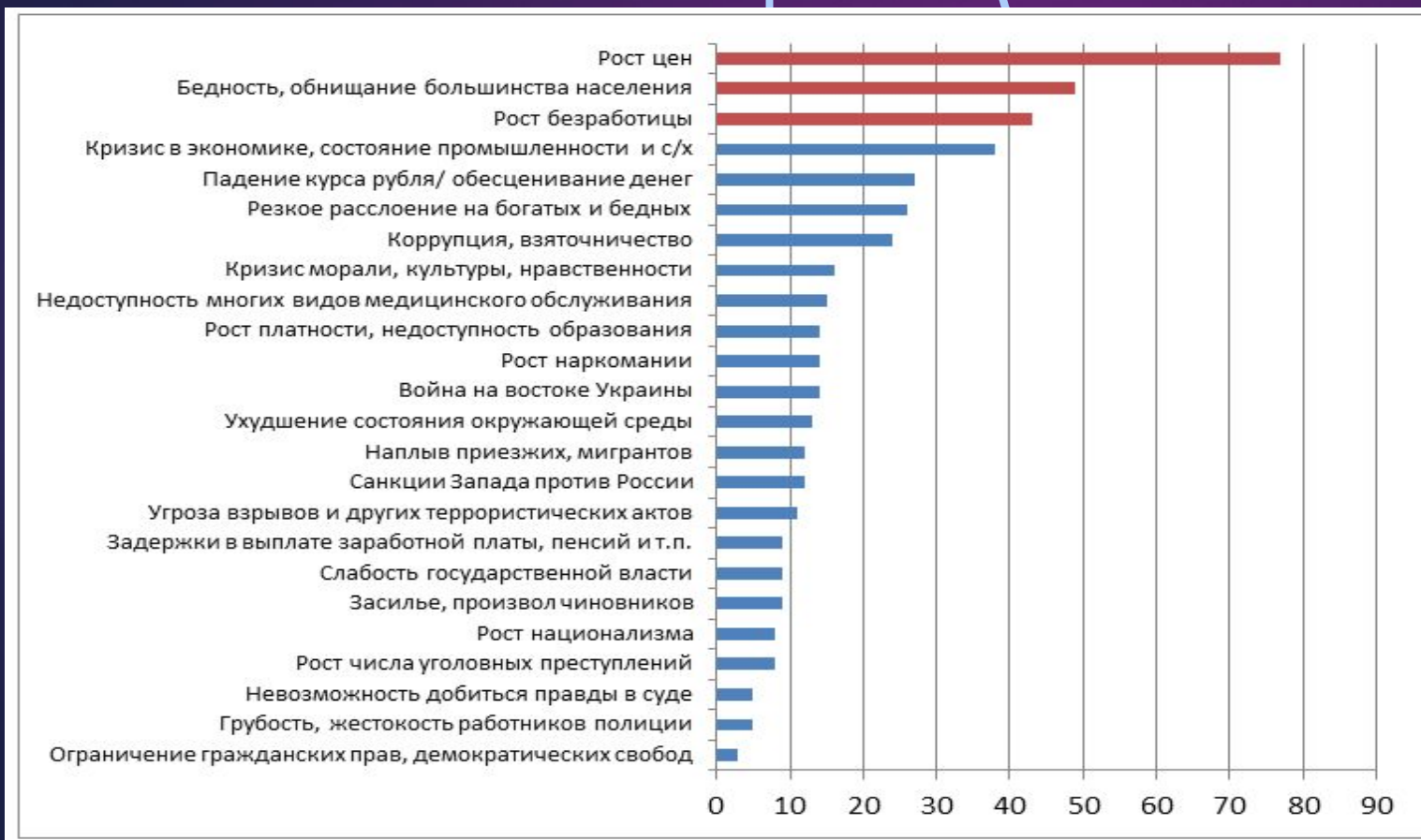
Разработка предвыборной кампании



СР – 114

МИНАСЯН ИННА
ГИРИНА ВЕРОНИКА.

Наиболее актуальные (важные) проблемы, волнующие электорат (общество)

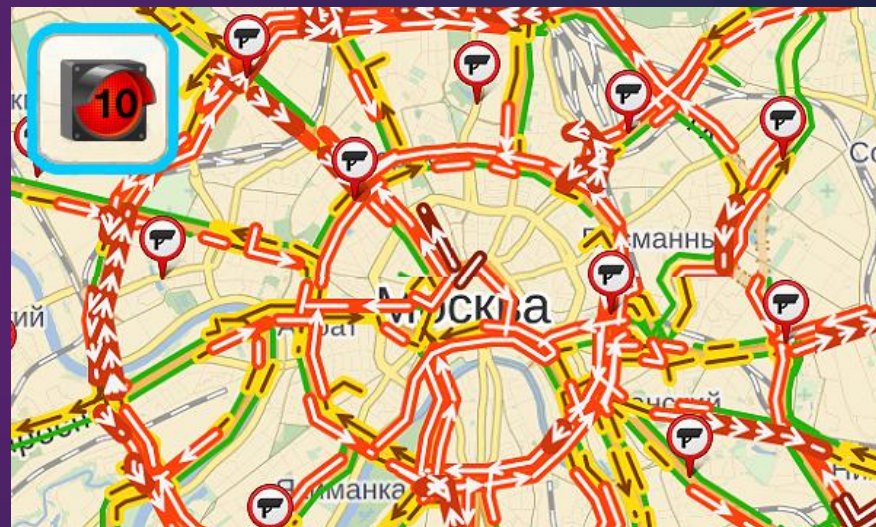


- ▶ Изучив и проанализировав данные СМИ мы пришли к выводу, что наиболее актуальными проблемами являются: рост цен, обнищание большинства населения и рост безработицы.

Наиболее актуальные (важные) проблемы, волнующие электорат (общество)

Москва и Московская область

- Пробки. Затрудненное движение 24/7
- Нехватка и высокая стоимость парковочных мест
- Загрязнение окружающей среды
- Инфляция и рост цен на товары и услуги.



Общерегиональные

- Низкий уровень доходов и неподъемно высокие цены на товары и услуги
- Плохое качество дорог
- Корруптированность чиновников
- Сильная зависимость СМИ от государства
- Отсутствие эффективной инфраструктуры инновационной деятельности
- Низкий уровень здравоохранения и образования
- Старение научных кадров, недостаточный приток молодежи, отток обученной молодежи из сферы науки.

Политическая программа С. М. Миронова:

- Добиться справедливости в распределении доходов
- Защитить интересы российской семьи, остановить процесс депопуляции.
- Искоренить коррупцию.
- Провести реальную модернизацию политической системы страны и реформу судебной власти.
- Перевести экономику на цивилизованные рыночные отношения, на инновационный путь развития
- Вернуть качество и престиж российского образования
- Сделать доступными высокотехнологичные медицинские услуги.
- Обеспечить продовольственную безопасность страны.
- Укрепить международное влияние России и обороноспособность страны.

Политическая программа В.В. Жириновского:

- Выплатить все задолженности.
- Ввести монополию на алкоголь, табак и сахар.
- Постепенно снижать налоги.
- Продовольствие закупать внутри страны.
- Продавать как можно больше оружия за рубеж.
- Ввести визовый въезд в Россию из отдельных стран СНГ.
- Контроль за капиталами, вывозимыми за границу.
- Обеспечить населению гарантию вкладов.
- Отказаться от национального деления страны и ввести только территориальное деление.
- Жить своим умом, опираясь на свои силы

Рекламная кампания: Владимир Жириновский:

- Реклама на телевидение
- Баннерная реклама
- Дебаты на телевидение
- Листовки
- Брошюры
- Буклеты
- Щиты
- Выступления перед публикой

Рекламная кампания: Сергей Миронов:

- Баннеры
- Листовки
- Телереклама
- Сувениры
- Брошюры
- Буклеты
- Щиты
- Выступления перед публикой

Реклама для кандидатов Миронов Сергей Михайлович:

- Увеличить контакты с электоратом , то есть устроить публичные выступления
- Наружная реклама
- Листовки
- Баннеры
- Видео реклама (телевидение и интернет)
- Сувенирная продукция
- Статьи в прессе

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Миронова Сергея Михайловича



Лозунг: «Курс – справедливость!»

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Миронова Сергея Михайловича

Основные позиции:

- ▶ Сергей Михайлович четко обозначил свою философию, главным аспектом которой является принятие решений «во благо большинства», т.е. учитывая интересы большинства населения, стараясь максимально усилить справедливость. Политик обещает принять федеральный конституционный закон "О Конституционном собрании", внести новые главы в Конституцию РФ - "Россия в Союзе государств", "Гражданское общество", "Органы контроля", ограничить пребывание на посту президента РФ двумя сроками, отказаться от порочной практики передачи власти "преемнику" действующего президента, отменить участие президента в формировании руководства Счетной палаты и высших судов.
- ▶ Во главе государства С.Миронов намерен взять курс на справедливость - создать социально ответственную экономику, где рынок регулируется и контролируется государством в интересах народа, а ключевые отрасли экономики поставлены под общественный контроль. Это позволит искоренить социальную несправедливость. Власть будет стимулировать частную инициативу.
- ▶ Особое внимание регионам. Улучшение состояния дорог, образования и медицины.
- ▶ Желание улучшить положение дел на дорогах. Введение объективного понятия «опасное вождение».
- ▶ Равенство в обществе. Все равны перед законом.

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Миронова Сергея Михайловича

- ▶ Справедливое государство, по мнению политика, предполагает последовательное соблюдение принципов социального государства, право на социальные гарантии и благосостояние для всех, включая право на полную и продуктивную занятость при достойной оплате труда, право на забастовки и образование профсоюзов, право на жилье, на свободный доступ к медицинским услугам и образовательным ресурсам общества. С.Миронов обещает взять под контроль расходы госслужащих, ратифицировать ст.20 Конвенции ООН против коррупции и приравнять коррупцию к госизмене. Кроме того, в России будет введена прогрессивная шкала подоходного налога и налог на дорожную недвижимость и предметы роскоши.
- ▶ О внешней политике Россия будет выведена на позиции действительно великой державы, способной противостоять любым попыткам навязывания концепции однополярного мира. Необходимо положить конец односторонним или групповым силовым действиям государств в обход ООН, концепциям "ограниченного суверенитета", "превентивных ударов", предотвратить манипуляции международным правом в интересах "сильного". Все страны имеют право на действительный суверенитет.

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Миронова Сергея Михайловича

Плюсы:

- ▶ Направленность на восстановление справедливости в отношении общества.
- ▶ Желание укрепить демократию.
- ▶ Повышение уровня жизни и заработка населения.
- ▶ Проведение реформ в судебной власти и политической системе страны.
- ▶ Улучшение качества Российского образования и восстановление его статуса.
- ▶ Укрепление мировых отношений.



Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Миронова Сергея Михайловича

Минусы:

- ▶ Отсутствие исчерпывающей информации в федеральных СМИ.
- ▶ Минимальная наружная реклама.
- ▶ Отсутствие работы с волонтерами.
- ▶ Непонятный простому обывателю интерфейс сайта кандидата.



Анализ рекламной кампании Миронова С.М.

Плюсы:

- ▶ Участие в телепрограммах.

Минусы:

- ▶ Отсутствие достаточной наружной рекламы.
- ▶ Минимальная узнаваемость в сети Internet, что мешает привлечению внимания и завоеванию доверия молодого поколения, пользующегося в основном интернетом.

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Жириновского Владимира Вольфовича



Лозунг: «Жириновский, или будет хуже!»

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Жириновского Владимира Вольфовича

➤ 1. ВЫПЛАТИТЬ ВСЕ ЗАДОЛЖЕННОСТИ.

Нам необходимо погасить все внешние задолженности, т.к. Год за годом их становится все больше. Нет необходимости брать новые. Ведь получая их, мы немедленно погашаем прежние долги, причем проценты с каждым траншем увеличиваются.

По сути это - долговая пирамида, ведущая к разорению. Следовательно, нужно прекратить ее "строительство", выплатив все прежние задолженности.

➤ 2. ВВЕСТИ МОНОПОЛИЮ НА АЛКОГОЛЬ, ТАБАК И САХАР.

Это реальная мера по наполнению бюджета, а значит, и по обеспечению своевременных зарплат, пенсий, пособий, по финансированию армии и госзаказов.

В бюджете царской России, СССР эта статья доходов доходила до одной трети поступлений в бюджет, сейчас эту огромную прибыль получает теневые структуры.

➤ 3. ПОСТЕПЕННО СНИЖАТЬ НАЛОГИ.

Такие огромные налоги, существующие в современной России, не платит никто. Налоговые ставки нужно уменьшить. Все денежные средства от налогов скрываются предпринимателями и вывозятся в той или иной форме за рубеж. Самый яркий пример - вложение средств в иностранные валюты (кредитные билеты, с помощью которых центральные банки финансируют свою экономику).

Поэтому одновременно со снижением налогов, следует объявить экономическую амнистию, с помощью которой мы сможем вернуть большинство денежных средств из-за границы. Амнистия предусматривает отказ от расследования истории движения денежных средств предпринимателя (предприятия), т.е. Откуда они и куда переводились, перечислялись. Деньги должны быть возвращены и работать на Россию.

□ 4. ПРОДОВОЛЬСТВИЕ ЗАКУПАТЬ ВНУТРИ СТРАНЫ.

Это жизненно необходимо, пусть даже сейчас это и дороже, чем подозрительный импорт, но зато мы даем работу своим гражданам, и не даем окончательно уничтожить российскую пищевую промышленность и сельское хозяйство. Через 50 лет никто не сможет выдвигать нам условия, увязывая их с поставками продовольствия из своих стран.

□ 5. ПРОДАВАТЬ КАК МОЖНО БОЛЬШЕ ОРУЖИЯ ЗА РУБЕЖ.

Государственная программа продажи оружия и военной техники, ибо это одно из условий сохранения российского оборонного потенциала, нормального функционирования оборонных предприятий, развития передовых технологий, которые смогут обеспечить достойный жизненный уровень миллионам людей. Уход России с рынка вооружений не привел к миру ни в одном регионе - туда вооружение стали поставлять западные страны, и в результате их, а не наши рабочие стали получать высокую зарплату.

□ 6. ВВЕСТИ ВИЗОВЫЙ ВЪЕЗД В РОССИЮ ИЗ ОТДЕЛЬНЫХ СТРАН СНГ.

Это необходимо, так как некоторые страны СНГ имеют упрощенный въезд из зарубежных стран, граждан которых на своей территории мы не хотели бы принимать. Чего стоит одно лишь участие международных террористов в бандитских формированиях на северном Кавказе.

Мы не контролируем въезд в страны СНГ. И иностранный гражданин может приехать сначала в одну из стран Содружества, а потом свободно попасть на нашу территорию. В данном случае необходим визовый режим. Кроме того, некоторые страны СНГ начинают проводить открытую антироссийскую политику, и получается, что мы им в этом помогаем.

Порядок въезда по таким визам должен регламентироваться иммиграционной политикой стран Содружества с учетом внешнеполитических интересов Российской Федерации.

□ 7. КОНТРОЛЬ ЗА КАПИТАЛАМИ, ВЫВОЗИМЫМИ ЗА ГРАНИЦУ.

Контроль - одна из мер для прекращения вывоза капитала из России. Его нужно осуществлять только после объявления экономической амнистии, иначе исчезнет весь смысл контроля. Но нельзя осуществлять его за простыми гражданами. В данном случае следует одновременно и связано проводить экономическую политику на снижение налогового бремени, возврата капиталов в Россию и осуществление контроля за вывозом.



□ 8. ОБЕСПЕЧИТЬ НАСЕЛЕНИЮ ГАРАНТИЮ ВКЛАДОВ.

Только таким образом мы сможем добиться исчезновения наличного доллара в россии.

Гарантия вкладов включает в себя также введение неименных счетов для граждан, желающих не указывать свои данные. Это даст возможность людям иметь несколько счетов в различных банках. Ведь для экономики не важны источники доходов вкладчиков, важно лишь их нахождение в банковской системе россии. В этом случае деньги будут работать на экономику страны.

Одним из первых шагов на пути к отказу от доллара является перевод его наличной денежной массы в безналичное состояние.

□ 9. ОТКАЗАТЬСЯ ОТ НАЦИОНАЛЬНОГО ДЕЛЕНИЯ СТРАНЫ И ВВЕСТИ ТОЛЬКО ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ДЕЛЕНИЕ.

Новое административное деление страны, потому что отказ от деления страны по национальному признаку в пользу территориального (7 губерний) позволит уменьшить расходы на управление и обеспечить реальное равноправие граждан на всей территории россии.

Это позволит:

- Снять национальный вопрос внутри государства, устранить предпосылки местного сепаратизма, особые точки зрения и национальные предрассудки.
- Резко ограничить поводы для межнациональных конфликтов и территориальных претензий друг к другу;
- Устранить бесправие и неравенство, привилегии и монополии, обеспечить единые и равные для всех права;
- Восстановить приоритете общегосударственных интересов над местными, обусловить более рациональное управление экономикой;
- Упразднить сотни ненужных, подчас вредных бюрократических органов управления;
- Ликвидировать межнациональные барьеры на пути развития рыночных отношений;
- Снизить уровень преступности, в том числе с этнической окраской.

□ 10. ЖИТЬ СВОИМ УМОМ, ОПИРАЯСЬ НА СВОИ СИЛЫ.

Чем больше мы стараемся перенять от других стран различного опыта, тем меньше мы накапливаем своего. Тем самым низводим себя до уровня подражателей, не способных думать самостоятельно.

В России накоплен огромный интеллектуальный потенциал. Наша страна стоит сейчас на первом месте в мире по показателю денежного выражения всей интеллектуальной собственности государства. К сожалению, этим пользуются другие страны, перекупая наших специалистов.

Мы должны искоренить мысль о превосходстве запада над Россией. Благодаря этому наш народ не будет слепо перенимать западные модели развития, а разрабатывать свои собственные и что самое главное - в угоду себе.

Владимир Вольфович говорит: "Мы ставим перед собой амбициозные, но реальные цели. В ближайшие годы мы готовы добиться, чтобы минимальная зарплата в России составляла не менее 20 тысяч рублей. В то же время АДПР призывает ограничить максимальную разницу в доходах в 10 раз. Если минимальная зарплата 20 тысяч рублей, то самая большая не может быть выше 200 тысяч"

Анализ предвыборных кампаний кандидатов на пост Президента Российской Федерации в 2012 году.

Анализ кампании Жириновского Владимира Вольфовича

Плюсы:

- ▶ Высокая узнаваемость.
- ▶ Прямолинейность.
- ▶ Активная работа в СМИ.
- ▶ Хорошая наружная реклама.
- ▶ Улучшение Российского образования.
- ▶ Защита страны от мигрантов.
- ▶ Поддержка малого бизнеса.



Анализ предвыборной кампании Жириновского В.В.

Минусы:

- ▶ Отсутствие прямого общения с электоратом.
- ▶ Несерьезное отношение к образу эксцентричного политика.
- ▶ Резкие высказывания.



В начале 2000-х были сформулированы так называемые «10 пунктов программы жириновского», где излагаются основные позиции партии:

- сильная армия, полиция и спецслужбы;
- продовольственная безопасность страны;
- внешняя политика, ориентированная на юг, а не на запад (США, Евросоюз);
- изменение административно-территориального деления страны, отказ от деления по национальному признаку в пользу территориального (7 губерний);
- государственная поддержка науки;
- экономическая амнистия для граждан, переводящих свои вклады из зарубежных банков в российские;
- государственная гарантия сохранности банковских вкладов населения;
- государственная монополия на алкоголь, табак и сахар;
- государственная программа экспорта военной техники и оружия;
- единение православных и славянских народов.

- современные программные положения
- юридическое закрепление руководящей роли русского народа в управлении государством как государствообразующего этноса.
- жёсткая политика в отношении мигрантов: введение визового режима со всеми странами, в том числе со странами-участниками СНГ (кроме государств, входящих в таможенный союз).
- радикальное усиление государственной роли в экономике: национализация нефтегазового сектора и тяжёлой промышленности, введение широкого объёма административно-директивных методов государственного регулирования.
- создание новой русской полиции.
- переход от федеративного территориального устройства к унитарной республике.
- ликвидация национально-территориальных единиц.
- непринятие западных, антирусских и антиславянских ценностей. жёсткое противостояние в отношении с западом и США, как в военно-политическом, так и в культурно-социальном плане;
- возвращение всех русских земель за границей в состав России, некоторые уже возвращены (например, Крым).

Анализ рекламной кампании Жириновского В.В.

Особенности:

- ▶ Рекламные щиты с лицами обычных граждан
- ▶ Спецприложение в Facebook (соц. сеть) для смартфонов
- ▶ Вирусная реклама
- ▶ Широкое распространение в сети интернет

Анализ рекламной кампании Жириновского В.В.

Плюсы:

- ▶ Частое появление в федеральных СМИ.
- ▶ Большое количество наружной рекламы.
- ▶ Узнаваемость.
- ▶ Новая модель рекламной компании в политике. («Жириновский – это мы, мы – это Жириновский»)
- ▶ Активное продвижение в интернете.

Анализ рекламной кампании Жириновского В.В.

Минусы:

- ▶ Скандальные и провокационные высказывания, лозунги

Разработка предвыборной компании кандидата на пост президента Российской Федерации.

Программа кандидата на пост президента РФ Гришкова Никиты Дмитриевича

- ▶ Представляя свою предвыборную кампанию, хочу рассказать о выводах, сделанных в процессе анализа и изучения наиболее актуальных проблем, волнующих электорат и предвыборных кампаний предыдущих кандидатов.
- ▶ Я хочу видеть Россию, как:
- ▶ Сильным, независимым государством.
- ▶ Крепкое социальное государство, где соблюдаются права граждан.
- ▶ Государство с развитой экономикой и низким уровнем коррупции.



Наш кандидат в президенты:

Целевая аудитория

- ▶ В основном амбициозные молодые граждане в возрасте от 18 лет, желающие активных перемен и реформ в некоторых отраслях РФ, с целью повышения уровня жизни и благополучного развития.

Наш кандидат в президенты:

Основные черты:

- ▶ Личностные: харизма, направленность, интеллект, нравственность, потенциал.
- ▶ Патриотичное отношение к стране, народу, соратникам и самому себе.
- ▶ Лидерское поведение и деятельность как в экстремальные моменты, так и в обыденной жизни.
- ▶ Сильная воля, способность преодолеть препятствия;
- ▶ Оптимизм, уверенность в конечный успех;
- ▶ Практический ум, необходимый для решения конкретных проблем.

Наш кандидат в президенты:

Цели

- ▶ Улучшение экономики и укрепление российского рубля
- ▶ Повысить уровень образования, сделать более доступным
- ▶ Произвести реформы в силовых структурах, усилить оборону страны.
- ▶ Пересмотреть систему правосудия. (т.к. большинство обвинительных приговоров)
- ▶ Решить вопросы по улучшению экологического положения в России.
- ▶ Наладить внешнеполитические отношения со странами СНГ и ближнего востока.
- ▶ Создание программ для помощи молодым перспективным специалистам.

Наш кандидат в президенты:

Пути продвижения:

- ▶ Создание канала на Ю-туб и регулярное пополнение новыми роликами, обращениями.
- ▶ Создание собственного сайта и аккаунтов в соц.сетях для более тесного взаимодействия с ЦА.
- ▶ Живое общение с электоратом (встречи, пресс-конференции).
- ▶ Активная наружная реклама (щиты, баннеры, плакаты, реклама на транспорте).
- ▶ Распространение сувениров, наклеек и прочих атрибутов с логотипом и лозунгом кандидата.
- ▶ Участие в теледебатах для привлечения более взрослого поколения ЦА.
- ▶ Рекламные ролики на федеральных каналах.

Определение целевой аудитории

Целевая аудитория

- ▶ В основном составляет молодежь, которой посвящены многие подробно прописанные пункты программы (отменить экзамены в ВУЗы, возобновить молодежные жилищные кооперативы, везде дать молодежи дорогу и т.д.). К примеру, пункты относительно пенсионеров и бюджетников менее многочисленны и более обобщены.

Определение инструментов продвижения:

- ▶ Телевидение, PR и паблисити.
- ▶ Наружная реклама .
- ▶ Программы поддержки молодежи под руководством Жириновского В.В.
- ▶ Пропаганда.

Определение инструментов продвижения:

Телевидение, PR и публицити:

- ▶ Личные встречи с электоратом для увеличения доверия к кандидату и узнаваемости.
- ▶ Мероприятия, дебаты, пресс-конференции, онлайн-трансляции
- ▶ Предоставление СМИ исчерпывающей информации о проделанной работе, результатов проведенных акций, мероприятий и т.д.
- ▶ Распространение продукции с логотипом и слоганом кандидата
- ▶ Создание сайта и аккаунтов в соц.сетях , выбор цветовой палитры кандидата

Определение инструментов продвижения:

Internet:

- ▶ Интернет позволяет обеспечить постоянный общественно-политический диспут с возможностью электронной обратной связи в реальном времени между властью и гражданами. Появилась реальная возможность сближения властных структур с простыми гражданами, возможность преодолеть иерархизм реальной власти. Глобальная Сеть может свести к минимуму зависимость граждан от институциональных посредников, партийных организаций и организованных групп интересов.
- ▶ Мемы, вирусная реклама.

Макеты брошюр для распространения

Лозунг		фото
ИМЯ		
Плюсы	Основн ые цели	