**Аннотация магистерской диссертации**

**Глущенко Алены Олеговны**

**«ЭФФЕКТИВНОСТЬ GR-КОММУНИКАЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА»**

**Н. рук. – Филатова Ольга Георгиевна, канд.философ.н., доцент**

**Ключевые слова: социальные медиа, GR-коммуникация, оценка эффективности, краудсерсинговые ресурcы, общественные организации, бизнес, органы государственной власти.**

 **Актуальность данного исследования** заключается в том, что предложенная нами методика анализа эффективности GR-коммуникации в социальных, может быть использована практикующими специалистами по связям с органами государственной власти для оценки качества реализуемой коммуникации, а также для составления стратегии GR-коммуникации в сети Интернет.

**Новизна исследования определяется** разработкой новой методики оценки эффективности GR-коммуникации, реализуемой на площадках социальных медиа.

**Цель диссертационной работы** – разработать методику оценки эффективности GR-коммуникации, реализуемой на площадках социальных медиа.

Для достижения поставленной цели необходимо решить **ряд задач**:

1. сформулировать собственную рабочую дефиницию для понятия «Government Relations»;
2. сформулировать собственную рабочую дефиницию для понятия «социальные медиа»;
3. сформулировать собственную рабочую дефиницию для понятия «электронный GR»;
4. на основе изученного материала, разработать собственную авторскую методику оценки эффективности GR-коммуникации в социальных медиа
5. оценить уровень эффективности GR-коммуникации, реализуемой на площадках социальных медиа.

 **Объектом** настоящего исследования является GR-деятельность, реализуемая на площадках социальных медиа.

**Предмет исследования** – уровень эффективности GR-коммуникации в социальных медиа.

В ходе своей работе автор приходит к следующим **выводам**:

1. разработанная в ходе исследования методика оценки эффективности может быть использования для анализа практической деятельности GR-специалиста;
2. не все критерии методики оценки эффективности GR-коммуникации, представленной в исследовании, являются универсальными, но в целом методика позволяет проанализировать итоги и ход работы GR-специалиста;
3. в полной мере оценить эффективность коммуникации, реализуемой на площадках социальных медиа, может только внутренний сотрудник компании или общественной организации.

**Методологической и теоретической основой исследования** стали работы ведущих российских и зарубежных исследователей, таких как А. Н Чумиков, В.Б. Сенин, Д. П. Гавра, Д. Р. Халилов, Дж Рон, И. Е. Минтусов, И. А Быков, Л. В. Сморгунов, Л. Н. Тимофеева, М. Б Бочаров, П. А. Толстых, О. Г.Филатова, П. Я Фельдман, Ю.В.Таранова, Ч. Мак и др.

**Эмпирическую базу** исследования составили экспертные интервью специалистов по связям с органами государственной власти. Кроме этого, важными для нас стали и материалы законодательных актов федерального и муниципального уровня, отчеты о ходе проведения общественных обсуждений законопроектов в сети Интернет, сводка предложений по итогам публичного обсуждения текста проекта нормативного правового акта. В ходе нашего исследования мы также обращались к анализу интернет-ресурсов twitter, facebook, inkedin, vkontakte, regulation.gov и т.д.

**Структура.** Диссертационное исследование состоит из Введения, двух глав, Заключения, Списка литературы и Приложений.