**Аннотация магистерской диссертации**

**Фатеева Дениса Валерьевича**

**«Стратегии GR-кампаний в нефтедобывающих корпорациях России»**

**Н. рук. – Быков Илья Анатольевич, канд. полит. наук, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении**

**Ключевые слова: GR-кампании, государство, нефтяное лобби, нефтедобывающие корпорации, GR-технологии, методы оценки**

**Актуальность исследования.** В данный момент одним из бурно развивающихся сегментов социально-коммуникативной науки является GR. Кроме того, в условиях бурно развивающейся экономики России, растёт уровень конкуренции между крупными корпорациями, которые зачастую прибегают к GR-технологиям для увеличения своих преимуществ на рынке. В следствие этого, появляется потребность для проведения широкомасштабных поэтапных GR-кампаний, которые могут оказать огромное влияние на какую-либо отрасль. Нефтяное лобби сильно заинтересовано в таких кампаниях и уже успешно работает с помощью GR-технологий добиваясь своих интересов К сожалению, в современной России понятие GR-кампаний только недавно стало применяться на практике и абсолютно не разработано – это обосновывает актуальность данной научной работы.

**Научная новизна** данного исследования заключается в исследовании GR-кампаний в рамках одного государства, а также применении и разработки данного понятия. В ходе исследования получены следующие теоретико-методологические, методические и практические результаты, обладающие признаками научной новизны:

1. Обосновано понятие GR-кампания с позиции поэтапной работы, которая проводится для выполнения определённых задач в рамках GR-деятельности;
2. GR-кампании, проведённые на территории Российской Федерации, были проанализированы в рамках полученной модели.

**Цель** данной диссертации – изучения этапов GR-кампаний и применения на практике.

**Задачи** данной работы:

1. Разработать понятие GR-кампании
2. Рассмотреть поэтапную работу GR-кампаний
3. Проанализировать состоявшиеся GR-кампании нефтяных корпораций на территории РФ

**Объектом** данной диссертационной работы являются GR-кампании и их применение в рамках нефтяного лобби.

**Предметом** – нефтяные корпорации и деятельность направленная на органы государственной власти.

**На прикладном уровне** автором использовались такие источники как «GR: практикум по лоббизму в России» П. Толстых, «Паблик Рилейшнз для менеджеров» И.В. Алешиной, «Негативные PR-технологии» А.С. Ольшевского, «Русский PR в бизнесе и политике» А. Санаева, «Организация и проведение кампаний по связям с общественностью» Быков И.А, «Связи с общественностью как социальная инженерия» под ред. В.А. Ачкасовой, «Использование исследований в связях с общественностью» Брум Г., «Паблик рилейшнз. Что это такое?» Блэк С. и другие.

**Эмпирическую базу** для исследования составили комментарии из интервью с лоббистом корпорации «Газпром Нефть» Вадимом Викторовичем Кудрявцевым, бывшим руководителем отдела по работе с органами государственной власти. Вадим Викторович очень подробно рассказал о работе своего отдела с Федеральной антимонопольной службой, Государственной Думой, Генеральной прокуратурой РФ, а также консультировал в ходе исследования. Также в эмпирическую базу вошли материалы из СМИ России за 2013-2014 гг. такие, как «Известия», «Коммерсантъ», «Вести», «РИА Новости» и другие.

**Данная работа состоит из** Введения, двух глав, Заключения и Списка литературы.

В первой главе исследовательской работы прорабатывается понятие GR-кампаний и четыре этапа её проведения: Подготовительный этап, Этап планирования, Реализация GR-кампании и Заключительный этап. Каждый параграф это главы подробно описывает поэтапную работу для результативного и эффективного проведения GR-кампаний.

Во второй главе рассматриваются конкретные примеры кампаний, которые провели GR-специалисты нефтяных корпораций «Лукойл», «Газпром нефть» и «Роснефть» на территории России. Рассмотрены примеры изменения федерального закона №223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Также во второй главе представлен показательный пример работы GR-специалистов корпорации «Роснефти» за снижение экспортной пошлины и повышения НДПИ. В этом примере будет подробно описаны те экономические возможности, которые предстали перед этой корпорацией. Ещё одним примером GR-кампании будет борьба нефтяных корпораций «Роснефть» и «Газпром нефть» за участки шельфа в Карском и Баренцевом море и результаты этой борьбы на данный момент, поскольку противоборство ещё не закончилось.