**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Францевой Марины Вячеславовны**

**«Региональная PR-кампания по продвижению**

**Федерального закона от 23 февраля 2013 года №15-ФЗ»**

**Н. рук. – Побединский Игорь Михайлович, к. полит. н., ст.преподаватель**

**Кафедра связей с общественностью в политике и**

**государственном управлении**

**заочная форма обучения**

Налаживание двухсторонней коммуникации государства и общества в процессе разработки и внедрения законов свидетельствует о приближении государственного управления к нуждам и интересам общества, стремлению донести до целевых групп основную социальную цель законодательного регулирования. В связи с этим, изучение PR-сопровождения федеральных законов, выявление форм, методов, инструментов их PR-поддержки приобретает особую **актуальность** и представляет большой интерес для исследователей.

**Практическая значимость** работы заключается в возможности применения выявленных инструментов, форм, методов PR в ходе реализации подобных кампаний.

**Объектом** исследования является информационно-коммуникационная стратегия Министерства здравоохранения РФ по формированию здорового образа жизни среди населения, профилактике хронических неинфекционных заболеваний, борьбе с потреблением табака.

**Предмет** – PR-кампания, сопровождающая внедрение Федерального закона от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» на территории Красноярского края.

**Цель** работы состоит в выявлении инструментов, форм, методов PR-кампании, примененных в ходе внедрения и реализации антитабачного закона на территории Красноярского края в 2013-2014 гг.

В ходе исследования были поставлены **задачи**:

1. Раскрыть содержание информационно-коммуникационной стратегии Министерства здравоохранения РФ по формированию здорового образа жизни, снижению распространенности факторов риска развития хронических неинфекционных заболеваний (ХНИЗ), борьбе с потреблением табака.
2. Проанализировать и описать PR-кампанию, сопровождающую внедрение Федерального закона № 15-ФЗ на территории Красноярского края. Проанализировать информационно-коммуникационную деятельность пресс-службы Министерства здравоохранения Красноярского края, КГБУЗ «Центр медицинской профилактики» Красноярского края, пресс-служб учреждений здравоохранения края.
3. Определить инструменты, формы, методы PR-кампании, примененные в ходе внедрения антитабачного закона в Красноярском крае.

**Эмпирической базой** исследования послужили материалы деятельности Министерства здравоохранения РФ, ФГБУ «Государственный научно-исследовательский центр профилактической медицины», Министерства здравоохранения Красноярского края, КГБУЗ «Красноярский краевой Центр медицинской профилактики», учреждений здравоохранения края. Также использованы данные социологических исследований.

В соответствии с поставленными целями и задачами работы использовались такие **методы** исследования как наблюдение, изучение первичной документации, анализ, сравнение.

**Итогом** исследовательской работы стало определение инструментов, форм, методов PR-кампании, примененных в ходе внедрения антитабачного закона в Красноярском крае, а также формулирование возможных направлений развития PR-сопровождения и **рекомендаций**, способных увеличить эффективность PR-поддержки программы, связанных с использованием возможностей социальных медиа для непосредственного общения с группами целевой общественности.

Цели и задачи определили **структуру** работы. Работа состоит из введения, основной части, включающей в себя две главы, заключения, списка использованной литературы.