**Аннотация магистерской диссертации**

**Белозерова Сергея Игоревича**

**«GOVERNMENT RELATIONS ТАБАЧНЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ»**

**Н. рук. – Дорский Андрей Юрьевич, доктор философ. наук, доцент**

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

**Очная форма обучения**

**Актуальность работы:** Табачная отрасль в России сталкивается с множеством проблем при построении диалога с органами государственной власти: опасность продукции накладывает определенные требования к ее правовому регулированию. Таким образом, отрасль испытывает постоянное давление от системной оппозиции. Сложившаяся ситуация требует от табачных компаний эффективного механизма создания и ведения диалога с властью. Постоянные изменения внешней среды не позволяют компаниям опираться только на опыт прошлых лет, что делает данную работу актуальной.

**Объект** исследования – коммуникативная деятельность компаний табачной отрасли.

**Предмет** – GR табачных компаний России.

**Цель** данной работы – изучение методов используемых табачными компаниями в рамках GR-деятельности.

**Задачи:**

1. изучить основные подходы к определению понятий «GR» и «лоббизм»;
2. рассмотреть функции и способы организации GR-отделов;
3. изучить состояние современного табачного рынка в России, основные барьеры коммуникаций в отрасли, основных игроков, историю взаимодействия с группами интересов и группами давления;
4. рассмотреть пути воздействия GR на экономические показатели компании;
5. определить наиболее эффективную модель организации GR-коммуникаций табачных компаний в Российской Федерации.

**Эмпирическую базу исследования** составили результаты экспертных интервью с практикующими GR-специалистами табачных компаний, результаты мониторинга социальных медиа, публикации в СМИ, а также данные с официальных сайтов компаний.

Структура работы Структура диссертации обусловлена её целями и задачами. Данная работа состоит из введения, двух глав и заключения. Первая глава направлена на изучение табачного рынка России и особенностей GR в его условиях. Вторая глава посвящена поиску наиболее эффективной модели GR-коммуникаций в табачной компании.

**Abstract master's thesis**

**Belozerov Sergey Igorevich**

**«GOVERNMENT RELATIONS OF TOBACCO COMPANIES IN RUSSIA"**

**Supervisor - Dorsky Andrey Yuryevich, PhD, Associate Professor**

**The department of public relations in politics and public administration**

**Full-time education**

**Actuality**: The tobacco industry in Russia is faced with many challenges, when building a dialogue with the public authorities: the danger of the product imposes certain requirements for its legal regulation. Thus, the industry is under constant pressure from the systemic opposition. The current situation requires tobacco companies to establish an effective mechanism for dialogue with the authorities. Constant changes in the external environment do not allow companies to be based only on the experience of previous years, which makes this work to date.

**The object of study** - the communicative activity of the companies of the tobacco industry.

**Subjec**t - GR of Russian tobacco companies.

**The purpose of this work** - the study of the methods, used by tobacco companies as part of GR-activity.

**Tasks:**

1. to examine the main approaches to the definition of the concepts of "GR" and "lobbying";

2. to consider the functions and ways of organizing GR-divisions;

3. To examine the state of the modern tobacco market in Russia, the main barriers to communication in the industry, the major players, the history of interaction with the interest groups and pressure groups;

4. to consider ways GR impact on the economic performance of the company;

5. to determine the most effective model for the organization of GR-communication of tobacco companies in the Russian Federation.

**The empirical base** of the research were the results of expert interviews with practicing GR-specialists of the tobacco companies, the results of monitoring social media, publications in mass media, as well as data from the official websites of the companies.

**Structure** The structure of the thesis work is due to its goals and objectives. This work consists of an introduction, two chapters and conclusion. The first chapter is focused on the study of Russian tobacco market and the features of GR in its conditions. The second chapter is dedicated to finding the most effective model GR-tobacco communications in the company.