



ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# Исследование общественного мнения



ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Тема 14.2

# Защита коммуникационных проектов как результат исследования общественного мнения

## Литература:

1. Гаджиев, К. С. Политическая социология : учебное пособие для академического бакалавриата / К. С. Гаджиев. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 208 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433747> (дата обращения: 19.12.2019). - Текст : электронный.
2. Елисеев, С. М. Политическая социология : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. М. Елисеев. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 412 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ЭБС Юрайт. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433207> (дата обращения: 19.12.2019). – Текст : электронный.
3. Лавриненко, В.Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. М. Путилова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 251 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс) - URL: <https://www.biblioonline.ru/bcode/426173> (дата обращения: 19.12.2019). - Текст : электронный.

### Учебные вопросы:

1. Методика оценки эффективности массовых коммуникаций.
2. Исследование репутации компании.
3. Защита коммуникационного проекта.

# Кейс

В некой отдаленной местности, славящейся своей экологией и тишиной, планируется строительство крупного химического комбината. В силу ряд причин (удобного транспортного расположения, близости разведанных запасов сырья для химической промышленности и т.п.) химической корпорации (выступающей в данном случае в качестве организации) строительство гиганта «большой химии» именно в данной местности очень выгодно. Однако население от данной перспективы далеко не в восторге – планируются коллективные обращения к властям, пикеты, демонстрации и т.п.

В дело вступают корпоративные PR-специалисты. Их задача – воздействовать на общественность для того, чтобы сделать ее отношение к строительству комбината лояльным.

Без взаимных уступок здесь не обойтись – организация будет вынуждена потратить определенные деньги на совершенствование своего замысла, общественности придется поступиться рядом стереотипов поведения. Все шаги организации должны быть открытыми и гласными, намерения – позитивными, обещания – однозначно выполнимыми.

# Кейс

1. Найдите похожие примеры в российской и зарубежной PR-практике.
2. Определите возможные центры влияния на общественное мнение.
3. Определите возможные риски для компании в этой ситуации.
4. Перечислите каналы и средства, которые могут быть использованы специалистами компании для достижения своих целей.
5. Разработайте план PR-кампании для достижения компромисса интересов организации и общественности.
6. Результаты представьте в форме презентации.

Работаем в группах по 2 человека.

Готовность выступить с 5-6 минутным сообщением за 40 мин до конца пары.

# Темы выступлений на следующее занятие:



## **Информирование:**

- По социальным проблемам современной России
- По политическим проблемам современной России
- По международным проблемам

## **Доклады:**

1. Общественное мнение как субъект и объект управления.
2. Учет общественного мнения при принятии управленческих решений.
3. Механизмы выявления общественного мнения общественного мнения на различных уровнях власти.



ФИНАНСОВЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## Тема 14.2

# Защита коммуникационных проектов как результат исследования общественного мнения