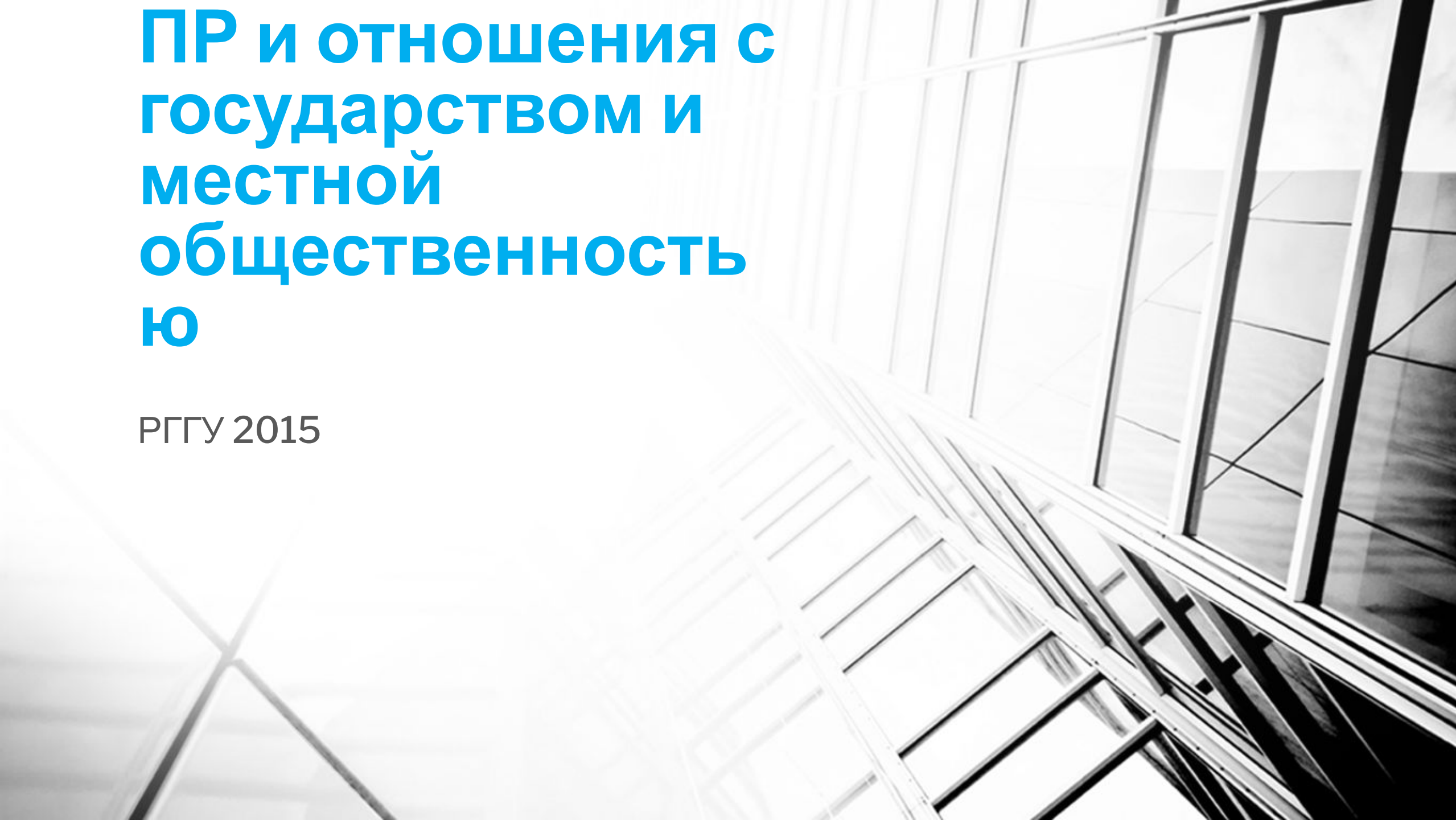


# PR и отношения с государством и местной общественностью ю

РГГУ 2015



# План

1. Работа с органами государственного управления
2. Лоббирование
3. Работа с местными органами управления и местной общественностью



# 1. Работа с органами государственного управления



- Органы государственной власти все больше испытывают необходимость целенаправленной работы с общественностью
- В основе взаимодействия лежит принцип коллективной ответственности, требующий делового партнерства и сотрудничества между населением и народными избранниками

# Схема функционального взаимодействия коммерческих структур с органами гос. управления и СМИ



- Тесное взаимодействие представителей бизнеса с органами власти способствуют их **популярности и имиджу**.
- **Имидж** – общее впечатление, которое создается у людей о том или ином человеке, фирме или компании.

Коммерческий успех  
невозможен без  
достойного имиджа в  
обществе!



# Элементы имиджа

Корпоративная  
сплоченность



Этикет



Благотворительность



Спонсирование



Фирменный стиль



Авторитет  
личности

## 2. Лоббирование

- Лоббирование – это процесс влияния заинтересованных групп на принятие решений властными структурами.
- Выделяется 3 основных направления влияния бизнеса на законодательную власть:

- **Криминальный**

- связанный с подкупом, взятками, очень часто приводит к тяжелым последствиям

- **Легальный**

- 1) Лидеры коммерческих структур сами идут в политику
- 2) Организация встреч, презентаций, конференций с целью донести до депутатов интересы бизнеса

# Основные направления работы лоббистов

- Основные направления работы лоббистов
  - Поиск достоверной инф-ции
  - Оценка действий государственной власти
  - Оценка результатов ком-й д-ти компаний
  - Защита позиций своих клиентов
  - Поддержка корпоративных продаж



- Лоббирование может осуществляться несколькими путями: закрыто перед комитетами законодателей или публично на открытом обсуждении
- В практике лоббирования широко используется путь широкомасштабной защиты интересов, так называемое лоббирование «у корней травы»



При любом лоббировании действуют два обязательных условия:



1) С точки зрения информационного обеспечения нужны

2) Для реализации

механизма компетентного лоббирования нужны данные,

# 3. Работа с местными органами управления и местной общественностью

Федеральный

Региональный

Уровни отношений  
коммерческих  
структур и органов  
государственной  
власти

- Работа с местными органами власти отличается от работы на федеральном уровне.
- В отличие от федеральных региональные власти более тесно и эффективно взаимодействуют с компаниями своих субъектов.

# Возможности для установления контакта с местными властями:

- Проведение референдумов
- День открытых дверей
- Открытие новой фирмы, презентация
- Проведение культурных мероприятий

**Спасибо за  
внимание!**

