**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Пшеничниковой Анастасии Андреевны**

**«Government relation IT-компаний в России»**

**Н. рук. – Побединский Игорь Михайлович, канд. полит. наук, старший преподаватель**

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

**Актуальность** магистерской диссертации обусловлена тем, что на сегодняшний день коммерческие и некоммерческие структуры должны развиваться и наращивать свои устойчивые конкурентные преимущества в условиях быстро меняющейся внешней среды, вызванными различными факторами. Для того, чтобы обеспечить себе достойное положение на рынке, стабильное развитие, экономическую рентабельность, а также минимизацию рисков, компании разрабатывают корпоративную стратегию развития бизнеса. Не менее важной ее составляющей является GR-стратегия, с помощью которой компания выстраивает взаимовыгодные, партнерские отношения с государством.

**Научная новизна** данного исследования заключается в подробном анализе взаимоотношений между IT-компаниями и органами государственной власти в России: их характере, степени открытости и эффективности, а также направленности в стратегическом и технологическом плане. Так как государство выступает в роли главного заказчика и регулятора на российском рынке информационных технологий, GR-стратегии IT-компаний рассматриваются не только в контексте ключевой бизнес-стратегии компании, но и маркетинговой стратегии.

**Объектом** диссертации является GR-деятельность IT-компаний (американские – Microsoft Рус, Google, Intel; и российские – «Яндекс», «Ай-Теко», группа компаний ФОРС), направленная на органы государственной власти, а **предметом** – применяемые ими GR-стратегии и технологии их реализации.

**Цель** исследовательской работы – определить особенности GR-деятельности российских и зарубежных IT-компаний, функционирующих на российском рынке, и дать сравнительный анализ.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть основные понятия и виды стратегий в бизнесе;
2. Определить роль GR-коммуникаций при разработке корпоративной стратегии бизнеса;
3. Дать анализ состоянию и тенденциям IT-рынка в России;
4. Проанализировать реализованные GR-стратегии и технологии американских и отечественных IT-компаний;
5. Определить достоинства и недостатки IT-компаний в области GR-коммуникаций.

**Методологию** данного исследования составили такие научные методы как системный, исторический и сравнительный анализы, а также экспертное интервью.

Воснову **теоретико-методической базы** исследования вошли источники в области стратегического менеджмента. Среди зарубежных авторов – И. Ансофф, А. Томсон, А. Стрикленд, Д. Шендел, К. Хаттек, Г. Минцберг, Дж. Кей, И. Энджел, А. Чандлер, а российских - О.С. Виханский, А.Н. Петров, С.А. Попов, П.В. Забелин, Н.К. Моисеева. Также были рассмотрены научные труды в области GR: Р. Гросса, С., Мака, В.А. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой, Т. Кулаковой, Л. Сморгунова и Л. Тимофеевой, П. Толстых и др.

**Эмпирическую базу** исследования составили экспертные интервью с GR-специалистами американских и российских IT-компаний, нормативно-правовые акты, касающиеся отрасли информационных технологий, аналитические обзоры специализированных центров по изучению состояния IТ-рынка, а также материалы из СМИ.

**Структура данной магистерской диссертации** обусловлена ее целям и задачам: работа состоит из введения, двух глав, каждая из которых включает в себя три параграфа, заключения и списка литературы.