

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет
«Экономика и управление»

Кафедра
«Государственное управление и
социология региона»

Направление подготовки

38.03.04
Государственное и муниципальное
управление

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

**«Связи с общественностью в сфере государственного и
муниципального управления»**

Студент гр.133ЭГ52

А.А.Солдатова

Руководитель
к.э.н., доцент

А.В.Осташков

Нормоконтролер
к.с.н., доцент

И.А. Мурзина

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ №_____)

Заведующий кафедрой _____ С.И. Неделько

Работа защищена с оценкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ №_____)

Секретарь ГЭК _____ И.А. Мурзина

ПЕНЗА 2018

Содержание

Введение.....	3
1 Роль и место связей с общественностью в муниципальной сфере	9
1.1 Связи с общественностью как социальный институт современного российского общества	9
1.2 Роль связи с общественностью в органах муниципального управления в РФ на современном этапе.....	15
1.3 Нормативно-организационные основы деятельности связей с общественностью	20
2 Анализ практики деятельности отдела по связям с общественностью на примере Муниципального автономного учреждения «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области.....	30
2.1 Характеристика деятельности МАУ «Управление общественных связей г. Заречного Пензенской области.....	30
2.2 Анализ основных направлений деятельности по связям с общественностью МАУ «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области	37
3 Направления совершенствования деятельности отдела связей с общественностью МАУ «Управление общественных связей»	53
Заключение	59
Список использованных источников	63
Приложения	68

Введение

Актуальность темы дипломного исследования связана с тем, что на современном этапе модернизации России решение проблем обеспечения ее социально-устойчивого развития и преодоления последствий кризиса, повышения эффективности государственного управления и престижа госслужбы в обществе, обеспечения единства и понимания в обществе и в государстве целей реформирования всех сторон жизни и обеспечения достойного качества жизни граждан, является задачей общенациональной, государственной и комплексной.

Соответственно, данное обстоятельство требует комплексного подхода к ее решению при активном взаимодействии государства, органов государственного и муниципального управления, науки, бизнеса и общества в целом по следующим основным направлениям: социально-правовому, социально-экономическому, социоорганизационному и собственно информационному.

Специалисты отмечают следующие проблемы современного российского информационного общества: отсутствие ориентации создаваемых органами власти информационных ресурсов на массовое информационное обслуживание населения по вопросам, связанным с деятельностью этих органов; отсутствие законодательных механизмов регулирования правовых отношений в области государственных информационных ресурсов; отсутствие координации создания федеральными и региональными органами государственной власти информационных фондов и баз данных о юридических и физических лицах и правоотношениях между ними. Это отрицательно отражается на полноте и актуальности этих ресурсов и приводит к значительному дублированию работ по их созданию и ведению; недооценка экономической значимости созданных государственных информационных ресурсов.

Существует множество противоречий, связанных с формированием «идеального образа» государственной власти и реальным миром, противоречий, связанных с определенными требованиями к политикам, исходящих от общества. Все это обуславливает актуальность темы дипломного исследования

Демократизации и глобальная информатизация российского общества в 21 веке обусловили важность развития институтов по связям с общественностью в частных и государственных организациях.

Информационные процессы оказывают существенное влияние не только на экономическое, социальное, политическое, научно-техническое и культурное развитие общества, но и на изменение мировоззрения людей, морально-психологические и поведенческие аспекты их жизнедеятельности, государственное устройство и функционирование государственного механизма

Эффективное управление предполагает установление и ведение целенаправленных коммуникаций субъектов государственного и муниципального управления с различными группами населения и общественности по проблемам обеспечения достойного качества жизни, учет их актуальных проблем и социальных ожиданий, а также механизмы их регулирования. Для того, чтобы государственное и муниципальное управление было результативным и достигало социального эффекта, необходимо чтобы социальные ожидания населения от деятельности власти в основных сферах жизнедеятельности, а публичное обсуждение результатов оценки эффективности управления и состояния качества жизни соотносились с ними и заявленными целями.

Для формирования положительного имиджа государственной власти необходим определенный механизм, который включает особенности и принципы эффективного функционирования.

Информационная открытость и прозрачность государственной политики, предоставление государственными органами объективной и полной информации для населения способствуют появлению доверия к власти,

пониманию политических процессов, вовлечению и участию в этих политических процессах. Тем самым, данные методы приводят государство к еще большей демократизации, что положительно должно сказываться на уровне развития государства, высокоразвитости, высоком взаимодействии власти с населением и формировании положительного имиджа государственных органов.

Для того, чтобы в России сформировалось и устойчиво развивалось демократическое гражданское общество, необходимо, чтобы общественные структуры и каждый гражданин могли оперативно получать достоверную и объективную информацию по всем интересующим его вопросам жизнедеятельности системы «общество-власть» и свободно обмениваться информацией.

Считается, что сам термин «public relations» впервые был введен в деловой оборот в 1807 г. третьим президентом США Т. Джефферсоном в тексте «Седьмого обращения к Конгрессу», когда текстовое выражение «состояние мысли» он заменил на выражение «паблик рилейшнз». Этот факт и считают первым в истории упоминанием о новой сфере деятельности.

Институт связей с общественностью в России на современном этапе охватил практически все сферы: экономику, политику и культуру. Отделы по связям с общественностью есть у каждой политической партии и объединения, органов власти, как федерального, так и регионального уровней, пресс-секретари имеются у представителей отечественного шоу-бизнеса, а также у коммерческих предприятий. Представитель по связям с общественностью является лицом той структуры, которую он представляет. В зависимости от сферы принадлежности представителя по связям с общественностью, на него возлагаются различные задачи. Например, главной задачей подразделений администрации Президента РФ (информационного управления, пресс-службы, пресс-секретаря президента) является донесение информации о проводимом внутреннем и внешнем политическом курсе до населения.

Связи с общественностью являются одним из механизмов развития гражданского общества, выступают как важный элемент организации диалога между властью и населением и должны эффективно функционировать не только в органах государственной власти, но и на уровне муниципального самоуправления, чему препятствует недоверие со стороны широкой общественности и низкая социальная активность.

Немаловажное внимание связям с общественностью уделяют коммерческие структуры, основной задачей которых является получение и преумножение получаемой прибыли.

Современное понятие связей с общественностью применительно к органам государственной и муниципальной власти учитывает не только и не столько опыт предшествующей общественно-экономической формации, но, прежде всего, существующие реалии нашей жизнедеятельности — демократическое государственное управление, рыночная экономика, процессы глобализации мирового сообщества, и, в первую очередь, связанное с ними формирование постиндустриального, т.е. информационного общества, предусматривающего создание и использование динамичных и эффективных информационно-коммуникационных технологий, интернет-коммуникаций, способных активно воздействовать на индивидуальное и массовое сознание и мнение. Все это существенно корректирует роль и место связей с общественностью в государственном управлении, предопределяет качественные изменения в их успешном функционировании.

Деятельности института по связям с общественностью показывает хорошую динамику развития, и можно с уверенностью сказать, что в дальнейшем институт связей с общественностью будет играть достаточно важную роль в управлении социальными процессами, а также оказывать значительное влияние на российскую политическую культуру, экономику, духовную жизнь общества.

Научная новизна связана с тем, что в работе конкретизировано понятие связей с общественностью в муниципальной власти, обоснована важнейшая

роль информационно-аналитической системы местных органов управления в предоставлении местными органами власти для путей решения на основе постоянного анализа потребностей населения, выявлены особенности и основные направления деятельности МАУ «Управление общественных связей» города Заречного Пензенской области.

Теоретической и методологической основой исследования явились труды современных отечественных ученых, исследующих проблемы связей с общественностью в органах муниципальной власти.

Теоретические основы связей с общественностью в органах муниципальной власти исследовались таким авторами, как Белькова А.Е., Василенко И.А., Герасимова Г.И., Касьянова Е.М., Рева Ю.В., Руф Н.А., Чумиков А.Н. и другими.

Нормативно-организационные основы деятельности связей с общественностью исследовались в публикациях Ахметовой Е.А., Барсуковой Е.Н., Ильиным А.С., Колонтаевской И.Ф., Макарычевой М.О., Мухамоедовой Ю.В. и другими.

В связи с вышесказанным **цель выпускной квалификационной работы** состоит в изучение круга вопросов, связанных со связями с общественностью муниципальном управлении, а также разработкой основных направлений совершенствования деятельности организации МАУ «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие **задачи**:

- изучить особенности связей с общественностью как социального института;
- рассмотреть роль связи с общественностью в муниципальном управлении на современном этапе;
- исследовать нормативно-организационные основы деятельности связей с общественностью;
- проанализировать особенности управления по связям с общественностью на примере отдела по связям с общественностью на примере

Муниципального автономного учреждения «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области;

- раскрыть направления совершенствования деятельности отдела связей с общественностью МАУ «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области.

Объектом исследования является деятельность по связям с общественностью.

В качестве **предмета** исследования выступают особенности связей с общественностью в механизме взаимодействия органов местного самоуправления с гражданами.

В процессе работы применялись методы сравнительного анализа, индукции, дедукции и синтеза.

При изучении поставленной проблемы были использованы законодательные и другие нормативно-правовые акты Российской Федерации и Пензенской области.

Эмпирической базой исследования послужили данные исследуемого предприятия – МАУ «Управление общественных связей» г. Заречного, а также осуществлен вторичный анализ результатов исследователей по данной проблематике.

Выпускная квалификационная работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к ее оформлению, состоит из введения, трех глав, списка использованных источников и приложений.

1 Роль и место связей с общественностью в муниципальной сфере

1.1 Связи с общественностью как социальный институт современного российского общества

Традиционно институты (от лат. Institutum) рассматривались в юридической литературе (брак, собственность и др.). В социологии интерес к данной тематике проявляли классики социологии О.Конт, Г. Спенсер, Э. Дюркейм, М. Вебер. О. Конт описал такие социальные институты, как государство, религия, семья. С именем Г. Спенсера связано само понятие «социальный институт». Он различал следующие виды социальных институтов: брак и семья, распределительные институты в экономике, а также религию и политические учреждения. Э. Дюркейм впервые высказал идею о профсоюзах как институтах корпоративной защиты рабочих в условиях разделения труда. Классическим примером является анализ М. Вебером института бюрократии как типа легального господства. Т. Парсон, рассматривая социальные отношения, отводил социальным институтам роль «узлов», «связок» таких отношений [18, с. 21].

С. Липсет, Дж. Ландберг, П. Блау, Ч. Миллс необходимость возникновения социальных институтов связывали с закономерностями исторического развития. Т. Веблен определял институты как «различные обычаи, преобладающие стереотипы мышления, способы и методы деятельности, укоренившиеся в сознании людей». По Веблену институтами являлись такие образования, как «денежная конкуренция», «показное потребление» и т.д. У Хоманса социальные институты - это «относительно устойчивые модели социального поведения, на поддержание которых направлены действия многих людей» [15, с. 82].

Современные теории социального института многочисленны и разнообразны. Л.А. Седов определил социальный институт как «устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности и организующих их в систему ролей и статусов, образующих социальную систему» [34, с. 117]. Я. Щепаньский писал: «Социальные институты являются системами учреждений, в которых определенные люди, избранные членами групп, получают полномочия для выполнения общественных и безличных функций ради удовлетворения существующих индивидуальных и общественных потребностей и ради урегулирования поведения других членов групп» [45, с. 96]. Н. Смелзер считал социальным институтом «совокупность ролей и статусов, предназначенных для удовлетворения определенной социальной потребности» [35, с. 659]. К ним он относил семью, образование, религию. Такие образования как экономическая и политическая системы он рассматривал как формы распределения товаров и услуг и «стабилизации деятельности людей, путем сведения ее... к предсказуемым образцам социальных ролей» соответственно.

В связи с тем, что существуют множественные подходы в трактовании социального института, в рамках какой-то единой теории описать данную категория не представляется возможным.

В рамках настоящего дипломного исследования под социальным институтом будем понимать устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, установок, которые регулируют различные сферы деятельности человека и организуют их в систему социальных ролей и статусов.

С этих позиций рассмотрим связи с общественностью как достаточно новую форму социального института, возникшую в конце XX века. Институционализация связей с общественностью представляет собой процесс определения и закрепления социальных норм и правил, статусов и ролей, приведение их в систему, обладающую способностью действовать в

направлении удовлетворения некоторой общественной потребностью[32, с. 264].

На современном этапе связи с общественностью как социальный институт обладают определенными признаками. Эти признаки представлены на рисунке 1.

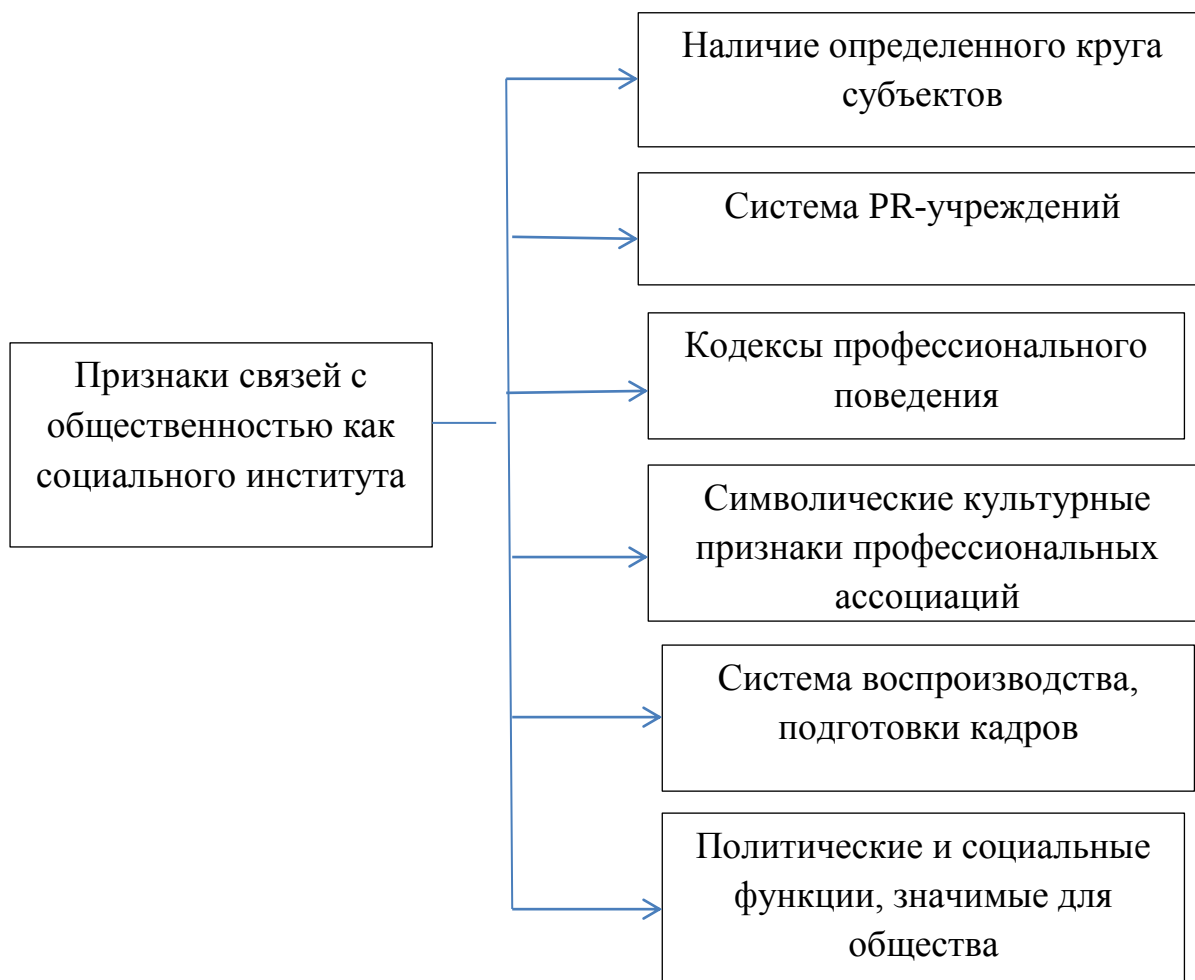


Рисунок 1 - Признаки связей с общественностью как социального института [26, с. 71].

Институт связей с общественностью осуществляет координацию и контроль действий различных субъектов управления с целью достижения и поддержания взаимовыгодных отношений, согласования интересов, организации эффективных коммуникаций. Связи с общественностью относятся

к классу духовно-производственных институтов, в котором присутствуют как обслуживающие, так и управленческие функции [19, с. 48].

Рассмотрим функции связей с общественностью как социального института.

Во-первых, это обеспечение стабильности системы общественных отношений в соответствии с определенными нормативами, социальными ролями и системы ценностей, которые приняты в обществе. Реализация данной функции предполагает целенаправленное взаимодействие с общественностью. Эффективное применение функции создает условия для устойчивых социальных интеракций, формирующих идеалы и гуманистические ценности, что позволяет выстраивать доверительные социальные отношения в обществе.

Следующая функция – регулятивная. Ее использование позволяет регулировать экономические, политические, социальные и другие отношения, т.к. в ее основе – публичная апелляция к интересам общества, популяризация общепризнанных норм, неодобрение девиаций [10, с. 165].

Предписывающая (директивная) функция подразумевает включение в стратегическое управление субъектов, их участие в процессах взаимодействия с внешней средой. В силу сервисного характера связей с общественностью, их стратегический потенциал часто игнорируется, а директивная функция скорее декларируется и часто проявляется преимущественно на корпоративном уровне. Преодоление социального отчуждения, профилактика протестной мобилизации возможны не только благодаря социально-экономическим успехам, обретению национальной идеологии, но и с помощью коммуникативных механизмов, осуществляемых через виртуальные и реальные переговорные площадки, дискуссионные трибуны, общественную экспертизу [29, с. 42].

Предписывающая функция связей с общественностью позволяет с помощью обратной связи и диалога с общественностью снимать социальную напряженность. Эта функция связей с общественностью позволяет по-новому трактовать социальные условия, упорядочивающие состояние социума и

формирующие критерии доверия и конструктивных контактов, что в конечном итоге, способствует пониманию и гармонизации отношений, складывающихся внутри общества.

Еще одна функция – информационная. Связи с общественностью продуцируют различную информацию, реализуя соответствующую функцию, обеспечивая подобным образом посредничество между социальными субъектами. Данное функциональное направление тесно связано с формированием публичной среды и развитием информационного пространства (инфосферы) – такой области человеческой деятельности, которая соединена с созданием, преобразованием и использованием информации, включая индивидуальное и общественное сознание [13, с. 56].

Своевременное получение гражданами информации в полном объеме гарантирует сохранение стабильности в обществе, т.к. удовлетворяются информационные потребности. В результате за счет конструктивной и взаимовыгодной коммуникации происходит формирование единого информационного пространства.

Информационная функция связей с общественностью формирует заинтересованное отношение социума к современным проблемам, позволяет публично обсуждать социально-значимые темы, благодаря ей общественность может участвовать в различных программах и проектах с целью конструктивного взаимодействия.

Проявление нормативно-законодательной функции связано с осуществлением выборов, референдумов и других процедур, связанных с голосованием. Эта функция позволяет формировать благоприятный публичный климат [44, с. 260].

Функция социального контроля осуществляется через деятельность общественных регуляторов. Связи с общественностью как социальный институт декларируют этические принципы, в соответствии с которыми нельзя наносить ущерб законным интересам, чести и достоинству личности, участвовать в мероприятиях, угрожающих общественным интересам или

преследующим тайные цели. Данная функция проявляется в общественном мониторинге, профилактике злоупотреблений, прежде всего, в органах государственной власти.

Следующая функция – адаптации, которая тесно связана с функцией разрешения политических конфликтов.

В современных российских условиях отсутствует стабильность, уверенность в будущем у большинства граждан, а это препятствует взаимопониманию и налаживанию диалога между властью и обществом. Связи с общественностью содействуют разрешению спорных ситуаций, меняют в лучшую сторону взаимодействие участников конфликтов [14, с. 344].

Функция мобилизации направлена на привлечение заинтересованной общественности к разрешению социально значимых проблем. В настоящее время связи с общественностью за счет производства качественной информации, роста профессионализма специалистов в данной области, становятся более социально ориентированными [20, с. 313]. В результате общественность получает достоверную и точную информацию из различных источников. В результате общественность становится более образованной и информированной. Использование новых форм и средств массовой коммуникации увеличивает либерализацию социальных процессов, которые происходят в современной России.

Таким образом функции связей с общественностью как социального института – это позитивный регулятор общественных процессов, преднамеренное использование внешних эффектов и приемов связей с общественностью, направленных на достижение частно-тактических целей.

Функциональная система связей с общественностью расширяет возможности социальных субъектов, позволяя им влиять на изменения, содействуя демократизации и становлению гражданского общества за счет формирования публичной среды, обратной связи и учета общественного мнения [31, с. 208].

Таким образом, в современном обществе связи с общественностью представляют собой социальный институт, цель которого заключается в удовлетворении информационных потребностей, обслуживании общественной потребности в обеспечении эффективного публичного дискурса для всех социальных субъектов. Связи с общественностью как социальный институт являются продуктом новейшего времени и существуют только в конкурентных условиях. В современной России он находится в стадии своего развития и проходит период ступенчатой институционализации.

1.2 Роль связи с общественностью в органах муниципального управления в РФ на современном этапе

Связи с общественностью предстают органичным компонентом и муниципального управления, своеобразным политическим институтом, сущностным функциональным явлением, направленным на оптимизацию принятия и реализации политических решений [16, с. 47]

Это своего рода идеология сотрудничества и согласования интересов, технология управления сознанием и настроением людей как внутри организации, так и на уровне социальной группы, социального слоя, класса и, в целом, на уровне общества; это технология продвижения организаций и лидеров на политическом рынке [33, с. 375]

Существует множество определений понятия связи с общественностью применительно к органам муниципального управления. Проанализировав трактовки различных ученых можно вывести одно общее определение. Связи с общественностью в органах муниципальной власти – это управленческая деятельность, направленная на работу властей с общественным мнением с целью достижения согласия, доверия и взаимовыгодного сотрудничества во взаимоотношениях между властью и обществом путем равноправного диалога,

основанного на правде и максимальной информированности для совместного решения общих проблем.[17, с. 21]

Результативность функционирования отдела по связям с общественностью определяется главным образом уровнем политической активности граждан, а также степенью лояльности и доверия населения к политике властей.

Связи с общественностью в органах муниципальной власти – это управленческая деятельность, направленная на работу властей с общественным мнением с целью достижения согласия, доверия и взаимовыгодного сотрудничества во взаимоотношениях между властью и обществом путем равноправного диалога, основанного на правде и максимальной информированности для совместного решения общих проблем. Результативность функционирования отдела по связям с общественностью определяется главным образом уровнем политической активности граждан, а также степенью лояльности и доверия населения к политике властей.

На региональном и муниципальном уровнях органы власти часто используют коммуникативную функцию и общение с гражданами, осуществляемое на постоянной основе [12, с. 231].

Благодаря службам по связям с общественностью органы местной власти и управления становятся механизмом формирования гражданского общества.

Основная роль служб по связям с общественностью в реализации социальной роли муниципального управления связана с коммуникативным аспектом функционирования местных органов власти [8, с. 9].

Следовательно, можно выделить четыре главные цели связей с общественностью для местной власти и управления:

- всегда информировать людей о политике, которая проводится муниципальными органами власти;
- давать общественности возможность выражать свое мнение относительно новых проектов до принятия решения;

- просвещать людей относительно системы, по которой работает местное правительство и информировать общественность;
- пропагандировать чувство гражданской гордости.

Исходя из вышеперечисленных целей, можно сделать вывод, что основой работы служб по связям с общественностью муниципальных органов власти является взаимодействие с общественностью.

Главный акцент в практике работы местного самоуправления PR-служб ставится на регулярной информационной деятельности [22, с. 457].

Они оперативно информируют общественность о текущей деятельности и принимаемых решениях муниципальных органов власти, о перспективах и планах [41, с. 16].

В большинстве случаев для этого задействуются наружные средства информации (стенды, афиши, доски объявлений) и возможности местных СМИ (районных, городских газет, радиостанций, кабельных телеканалов). А федеральные и региональные СМИ привлечь в этом плане практически нет возможности, так как значимость информационного повода ограничена не только для местной аудитории, но и для широкой.

В настоящее время в реализации информационной политики местной власти активно и эффективно используются интернет-коммуникации, в первую очередь, блоги, официальный сайт.

В современном обществе закрепилось мнение, что местное самоуправление является одним из обязательных условий формирования и развития гражданского общества, главным принципом организации власти в государстве и необходимой основой любого демократического строя.

Принятие того, что местное самоуправление является особым общественным институтом и особой формой власти, означает признание существования коллективного интереса местной общины наряду с личным интересом каждого человека и государственным интересом, т. е. муниципального интереса [24, с. 218].

Органы муниципального управления должны разработать действенные механизмы получения обратной связи с целью эффективного функционирования служб по связям с общественностью.

Так как далеко не все формы проявления социальной активности, предлагаемые местной властью, вызывают ответную реакцию у местного сообщества.

К наиболее действенным механизмам относятся опрос общественного мнения, собрания граждан и публичные слушания. В свою очередь социальную активность граждан нужно мотивировать методом гарантии итогов подобной активности и пробуждением желания содействовать людям в сложной ситуации [27, с. 165].

Адептов местного сообщества побуждают к принятию участия в управленческой деятельности всевозможные социальные факторы, которые связаны с усовершенствованием жизни всего сообщества. К таким факторам можно отнести возможность улучшить качество жизни горожан, благоустройство территории и др.

На общественно-политическую активность граждан воздействует степень открытости местной власти и присутствие инициаторов подобной активности. Кроме этого, потребность выстроить систему постоянного политического просвещения населения необходима для привлечения представителей местного сообщества в процесс подготовки и принятия решений.

Абсолютный переход к симметричным двусторонним коммуникациям местной власти и населения вполне возможно достичь при соблюдении ряда условий.

К ним относятся: развитие местного самоуправления как субъекта политической деятельности, децентрализация государственной власти, участие граждан в подготовке, принятии, реализации управленческих решений, присутствие политической воли у субъектов муниципальной власти по вопросу активизации участия граждан в местном самоуправлении [23, с. 82].

Создаются условия участия членов местного сообщества в процессах принятия решений и максимально свободный доступ к СМИ, чтобы привлечь население к данным процессам.

Преимущественно необходимым направлением деятельности здесь остаются личные контакты с местным сообществом. Имеется потребность в разработке стандартов общения с населением для того, чтобы сделать все виды контактов максимально учтивыми, непринужденными и эффективными [9, с. 96].

В свой черед деятельность служба со связями с общественностью муниципалитетов ориентирована на установление связей с различными субъектами, которые осуществляют собственную деятельность на территории муниципального образования, обеспечение взаимодействия между ними и местной властью [28, с. 177].

Открытая муниципальная власть – это муниципальная власть, соблюдающая совокупность основ информационной открытости (в том числе открытости бюджета и готовящихся к принятию решений), доступности и простоты восприятия открытых данных, воздействие мнений граждан на действия власти, а так же контроль граждан за ними на муниципальном уровне.

У сети Интернет есть огромный потенциал для реализации общественного взаимодействия и проявления открытости местных органов власти [36, с. 123]

Для обеспечения открытости муниципальных образований необходимо следующее:

- издавать исчерпывающую информацию о собственных целях, задачах и текущей деятельности;
- вести открытый диалог с населением с помощью публичного обсуждения местных проблем в сети Интернет;
- предоставлять гражданам возможность участия в принятии решений;
- давать в открытом доступе информацию о готовящихся к принятию решениях и разъяснять их гражданам;

- публиковать отчеты о работе с обращениями граждан;
- работать с разными каналами коммуникации для передачи данных в любом формате;
- расширять методы, формы и способы получения информации;
- проводить социологические исследования об удовлетворенности населения уровнем открытости данных.

Связи с общественностью – это ответственная организация коммуникаций [42, с. 4].

Она должна предусматриваться и применяться со всей эффективностью в деятельности органов местного самоуправления. Службы по связям с общественностью ориентированы на предоставление оперативных и стратегических целей органов местного самоуправления, в первую очередь в организации взаимодействия с его внешней средой.

Таким образом, деятельность по связям с общественностью является неотделимой частью надлежащего управления.

Специфика и особенности формирования и становление института связей с общественностью в области муниципального управления в первую очередь зависят от проблем и противоречий развития демократии в России. [28 с. 4]

Несмотря на это, деятельность служб по связям с общественностью в муниципальных органах самоуправления призвана содействовать возрастанию информированности общества, становлению демократии и открытости власти.

1.3 Нормативно-организационные основы деятельности связей с общественностью

Деятельность по связям с общественностью представляет собой целенаправленное создание, поддержание и повышение благоприятного общественного мнения о персоне, идее, организации, государстве, социальной

группе, политической партии, профессии, службе, событии, товаре, услуге и т.д. На быденном уровне все это называется просто одним словом – пиар или реклама (создавать рекламу), продвигать, «раскручивать». В зависимости от субъектов, объектов, целей, задач, форм и методов деятельности различают экономический, социальный, политический, управленческий, коммерческий, художественных и иной пиар.[9, с. 49]

Важными характеристиками деятельности по связям с общественностью являются ее многомерность, многовариативность, многофункциональность. Общественные отношения, в которых имеют место пиар-элементы и пиар-процессы, охватывают самые разнообразные сферы деятельности – от тривиального экономического оборота до высоких избирательных технологий государственной политики. В круг обязанностей современного пиар-специалиста входит не только создание и поддержание благоприятного общественного мнения и позитивного имиджа, но и дальнейшее их развитие за счет разработки и реализации наиболее эффективных имиджевых технологий и промоушен-стратегий, завоевание электората на выборах и даже принятие обществом выдвинутой социальными лидерами национальной идеи [37, с. 94].

В цивилизованном обществе любая профессиональная деятельность должна быть урегулирована на законодательном уровне, когда государство не только устанавливает соответствующие «правила игры», гарантирует законность отношений, определяет санкции за правонарушения, но и способствует эффективному саморазвитию данной деятельности в легитимном русле и в социально-значимом направлении [25, с. 69].

В Российской Федерации в настоящее время обширная сфера связей с общественностью несмотря на ее объективную политическую, административную и социально-экономическую значимость не только не кодифицирована, но не имеет обобщающего специального закона, регламентирующего нормативные основы деятельности связей с общественностью, раскрывающего специфику ее категориального аппарата, определяющего содержание PR-правоотношений, предусматривающего роль

государства и рамки государственного управления, устанавливающие способы защиты участников и ответственность правонарушителей. Такое положение можно объяснить не только относительной «молодостью» и новизной связей с общественностью в российской действительности, получивших распространение в нашей стране, по сути, только в конце XX века, но и широким спектром связей с общественностью и многообразием их проявлений, что не позволяет подвести их под один знаменатель и дать им единое легальное, нормативное определение [40, с. 90]

Сущность связей с общественностью заключается не заинтересованное ведение в заблуждение граждан путем недобросовестного использования PR-технологий, построенных на мощном психологическом воздействии на сознание людей (граждан, клиентов, партнеров, зрителей, слушателей, электорат и т.п.), а доведение до них правдивой и достоверной информации в строгом соответствии с законом и сложившимися в обществе нормами правовой культуры.[24 с. 69]

Многочисленные правовые сложности и противоречия, возникающие при осуществлении деятельности по связям с общественностью, усугубляются тем, что регулирование общественных отношений в данной сфере, соотносят как информационным правом, учитывая информационно-технологическую и электронную составляющую деятельности по связям с общественностью, так и с коммуникационным правом, подчеркивая тем самым специфику PR-деятельности, направленную на установление связей с отдельными субъектами (гражданами, представителями общественности, клиентами, потребителями, избирателями, акционерами и т.д.), а также социальными группами и обществом в целом. Вероятное создание результатов интеллектуальной деятельности в процессе предпринимательской, рекламной, коммерческой, журналистской, инновационной и иной деятельности, имеющий PR-составляющую, тесно связывает эту профессиональную среду с интеллектуальным правом [38, с. 62]

Иными словами, сразу три отрасли конкурируют в приоритете над ведением деятельности по связям с общественностью, но ни одна из них не создает в своем правовом поле соответствующего правового института, не включая, таким образом, ее в свой предмет. Открытым остается вопрос о преимущественном отнесении всей совокупности норм, регулирующих деятельность по связям с общественностью, в публичному или частному праву.

Вместе с тем, необходимо принимать во внимание, что урегулированность общественных отношений, возникающих в процессе деятельности по связям с общественностью, осуществляется на основе единых нормативно-ценностных принципов, содержащихся в Конституции Российской Федерации. Уже сама Преамбула Конституции РФ представляет собой многозначную миссию российского государства, побуждающего общество осознанно и позитивно и с удовлетворением принимать принципиальные государственно-правовые положения, лежащие в основе конституционного строя РФ, гарантирующие права и свободы человека и гражданина и выражающие состояние и перспективы развития государственного строя России [21, с. 155].

Глава 2 Конституции РФ включает статьи, которые прямо определяют (ст. 23,24,29) или косвенно затрагивают (ст. ч. 1 ст. 22) содержание правоотношений с возможным присутствием PR-элемента. Так, в соответствии с ч. 4 ст. 29 Конституции РФ, каждый имеет право свободно искать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Часть 2 ст. 34 Конституции РФ устанавливает конституционный запрет на недобросовестную конкуренцию, в соответствии с которым не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию.

Конституционные установления и ценности конкретизируются, детализируются и охраняются в законах, представляющих различные отрасли права: гражданское, избирательное, трудовое, информационное, коммуникационное, административное.[11, с. 229]

К примеру, Гражданский кодекс РФ, выражая частные интересы участников многочисленных и разнообразных гражданских правоотношений, содержит определяющие положения гражданского оборота, раскрывает правовое обеспечение защиты неимущественных благ и результатов интеллектуальной деятельности, регулирует договорные и внедоговорные обязательства [39, с. 292].

Гражданским кодексом предусматривается, что при установлении, осуществлении и защите гражданских прав и при исполнении гражданских обязанностей участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно (п.3. ст. 1 ГК РФ). Добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются (п.5 ст. 10 ГК РФ). Не допускаются недобросовестное осуществление гражданских прав и злоупотребление правом (п.1 ст. 10 ГК РФ). Для охраны и защиты фирменного стиля и наименования, корпоративной культуры компании, исключительного права на товарные знаки, соответствия места происхождения товара важны нормы Гражданского кодекса о права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий (глава 76 ГК РФ),

Деятельность по связям с общественностью основана на сборе, обработке, анализе, оценке и использовании различного рода информации сведений, сообщений, данных) независимо от формы ее представления.

Следовательно, возникает необходимость в правовом регулировании отношений при использовании информации, что имеет место в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». [1] В Законе получили отражение положения об информации как объекте правовых отношений, сформулированы понятие и особенности применения общедоступной информации, закреплено право и порядок на доступ к информации, ее распространение или предоставление и др.

Федеральный закон «О персональных данных»[2] обеспечивает защиту прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных,

в том числе защиту прав на неприкосновенность частной жизни и семейную тайну.

Отношения, возникающие в связи с отнесением сведений к государственной тайне, из засекречиванием ил рассекречиванием и защитой в интересах обеспечения безопасности Российской Федерации регулирует закон «О государственной тайне».[6]

В технологическо-организационном контексте правовое регулирование PR-процессов межсубъектных коммуникаций осуществляет Федеральный закон «О связи». Статья 63 Закона гарантирует на территории Российской Федерации тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых отправлений, телеграфных и иных сообщений, передаваемых по сетям электросвязи и сетям почтовой связи.

Важнейшим источником и распространителем информации по определению являются средства массовой информации, в связи с чем большое значение обретает закон «О средствах массовой информации» [7], в котором, в частности, закреплён принцип свободы массовой информации, определен статус СМИ, а также обозначены ограничения и запреты на распространение некоторых видов информации. В законе об СМИ раскрываются права (ст. 47) и обязанности (ст. 49) журналиста при поиске, использовании, проверке и распространении информации.

Самое непосредственное отношение к деятельности по связям с общественностью имеет закон «О рекламе», целью которого является развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации и рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Особенностью деятельности по связям с общественностью является ее постоянная сопряженность с рисками нарушения нормативно-установленных правил и границ, касающихся необходимости соблюдения прав и законных интересов других лиц, невмешательства в частные дела, неприкосновенности частной жизни, сохранения личной и семейной тайны, неразглашения коммерческой и иной конфиденциальной и значимой информации и др. Нарушение частных и общественных интересов в деятельности связей с общественностью может повлечь за собой серьезные судебные разбирательства, административную и даже уголовную ответственность опрометчивых PR-специалистов [30, с. 653].

В зависимости от направления и специфики деятельности по связям с общественностью для урегулирования PR-отношений применяются источники различных отраслей права (административного, гражданского, трудового, финансового, банковского и др.). Так, для политического PR – используется избирательное законодательство, регулирующее процесс избирательных кампаний, а также деятельность политических партий в период предвыборных кампаний и между ними. Для финансовой и банковской деятельности – приоритет, соответственно, законодательство о бюджете РФ, о банках и банковской деятельности, Минфине и ЦБ РФ и т.п. Дальнейшее развитие и конкретизацию правовые установления получают в подзаконных нормативных актах различных министерств, служб, нормативных актах отраслей производства и сервиса) [43, с. 73].

В современных российских условиях настоятельно ощущается потребность в оптимизации и совершенствовании многовариантной PR-деятельности на основе единых правовых принципов и единого нормативно правового акт. Принятие специального закона о PR-деятельности обеспечит цивилизованный и юридически грамотный подход к вопросам урегулирования разнообразных PR-отношений, позволит PR-специалистам компетентно выполнять свои профессиональные обязанности.

Рассмотрим организационные основы связей с общественностью.

Организация как объект PR-деятельности предстает перед нами как базисный субъект PR, который заинтересован в информационно-коммуникативном обеспечении своей деятельности.

Связи с общественностью должны быть представлены в каждой подсистеме управления организацией. Принципы построения взаимоотношений с внутренней и внешней средой организации, формирование управленческой идеологии с учетом интересов различных социальных групп, уровень развития коммуникаций с целью воздействия на общественное мнение имеют непосредственное отношение к информационно-поведенческой подсистеме.

От того, насколько развиты коммуникации в системе управления организацией зависят эффективность ее функционирования, возможность довести необходимую информацию до целевых групп общественности и т.д. Конкретные формы, методы и технологии работы с группами общественности должны найти отражение в организационной структуре, реализации функций управления, делегировании полномочий и других составляющих структурно-функциональной подсистемы.

Связи с общественностью в системе управления организации непосредственно реализуют себя как на оперативном, так и стратегическом уровне. Особым инструментом реализации функции управления связями с общественностью в организации на оперативном уровне является миссия организации, в которой раскрывается ее предназначение. На стратегическом уровне управления организации связи с общественностью находят свое отражение в видении, как PR-тексте, в котором находит отражение будущее организации. Представляется важным заметить, что деятельность по связям с общественностью чаще всего относят именно к стратегическому управлению. При стратегическом управлении определяется, что именно должна сделать организация в настоящее время, чтобы достичь желаемых целей в будущем.

Если исходить из того, что главная цель связей с общественностью состоит в способствовании достижению стратегических целей организации, то связи с общественностью имеют отношение к менеджменту высшего уровня,

когда высшие должностные лица организации несут ответственность за достижение целей, стратегию организации и принятие решений внутри фирмы. При этом результаты PR-усилий, так же как результаты стратегического управления в целом, выявляются в долгосрочном периоде.

Ведение активной целенаправленной PR- деятельности с целевыми группами общественности, непрерывный поиск возможностей создания благоприятного климата для достижения поставленных целей оказывают непосредственное влияние на оперативное и стратегическое развитие организации. Организация как субъект PR-деятельности предстает перед нами как базисный субъект PR, который выступает не только объективной основой PR-деятельности, но является ее заказчиком, определяет ее цели, содержание и масштабы. В этом плане важно понять, что для осуществления связей с общественностью PR- деятельность должна занять определенное место в любой организации. Организация как базисный субъект PR-деятельности непосредственно взаимодействует как с институциональными технологическими субъектами PR (самостоятельные PR-агентства).

Обеспечение PR-активности в организации достигается четким определением места PR в системе управления организацией. Это в частности связано с тем, что некоторые направления ее деятельности достаточно сложно отделить от функций и действий текущей работы предприятий. Так, внутрикорпоративные PR тесно связаны со службой управления персоналом и службой психолога предприятия. Вопросы инвестиционной деятельности решаются как с использованием паблик рилейшнз, так и с помощью финансовых и инвестиционных инструментов. Научно-исследовательская работа включает в себя проведение исследований, а задача PR-служб - донести информацию о полученных результатах до целевых групп общественности.

Итак, сделаем краткие выводы по первой главе дипломного исследования.

В современном обществе связи с общественностью представляют собой социальный институт, цель которого заключается в удовлетворении

информационных потребностей, обслуживании общественной потребности в обеспечении эффективного публичного дискурса для всех социальных субъектов. Связи с общественностью как социальный институт являются продуктом новейшего времени и существуют только в конкурентных условиях.

Как социальный институт связи с общественностью выполняют ряд функций: обеспечение стабильности общественных отношений, регулятивную, предписывающую, информационную, нормативно-законодательную, функцию социального контроля, а также мобилизационную.

Связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления вообще, и административного управления, в частности.

Службы связей с общественностью создают условия для принятия оптимальных управленческих решений, способствуют сотрудничеству власти и общественности, развитию гражданского сознания, могут брать на себя упреждающую программу разрешения конфликтных ситуаций, во многих случаях оказываются способными активно влиять на реализацию принятых решений.

Главная особенность служб связей с общественностью в осуществлении социальной роли муниципального управления связана с коммуникативным аспектом функционирования муниципальных органов власти и управления.

Принятие специального закона о PR-деятельности обеспечит цивилизованный и юридически грамотный подход к вопросам урегулирования разнообразных PR-отношений, позволит PR-специалистам компетентно выполнять свои профессиональные обязанности.

Деятельность служб по связям с общественностью призвана способствовать развитию демократии, открытости власти и расширению информированности общества.

2 Анализ практики деятельности отдела по связям с общественностью на примере Муниципального автономного учреждения «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области

2.1 Характеристика деятельности МАУ «Управление общественных связей г. Заречного Пензенской области

Муниципальное автономное учреждение «Управление общественных связей» города Заречного Пензенской области, в дальнейшем именуемое МАУ «Управление общественных связей», создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 03.11.2006 года № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» и постановлением Главы города Заречного от 16.04.2008 года № 443 «Об учреждении муниципального автономного учреждения «Издательский центр» и муниципального печатного средства массовой информации «Ведомости Заречного», постановлением Администрации города Заречного от 03.11.2009 № 1748 «Об изменении наименования муниципального автономного учреждения «Издательский центр» города Заречного Пензенской области».

Место нахождения МАУ «Управление общественных связей»: Россия, Пензенская область, г. Заречный, ул. Заречная, д. 1.

МАУ «Управление общественных связей» является некоммерческой организацией. Учреждение осуществляет свою деятельность на основании Устава.

Учредителем МАУ «Управление общественных связей» является муниципальное образование – ЗАТО город Заречный Пензенской области. От имени муниципального образования города Заречного Пензенской области осуществляет полномочия собственника и выступает представителем

Учредителя Автономного учреждения Администрации г. Заречного Пензенской области. Часть полномочий собственника (Учредителя) в соответствии с Уставом осуществляет Комитет по управлению имуществом города Заречного Пензенской области.

МАУ «Управление общественных связей» является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках, круглую печать со своим наименованием, штамп, бланки.

МАУ «Управление общественных связей» отвечает по своим обязательствам закрепленным за ним имуществом, за исключением недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленного за ним Учредителем или приобретенного МАУ «Управление общественных связей» за счет средств, выделенных ему Учредителем на приобретение этого имущества. Собственник имущества МАУ «Управление общественных связей» не несет ответственности по обязательствам МАУ «Управление общественных связей».

Положение о муниципальном автономном учреждении «Управление общественных связей» г. Заречного представлено в приложении А.

Основным видом деятельности является «Деятельность информационных агентств», зарегистрировано 7 дополнительных видов деятельности.

Миссия МАУ «Управление общественных связей» заключается в непосредственной реализации принципов демократического управления – в деятельности органа власти в условиях гласности, прозрачности, открытости.

Главная цель МАУ «Управление общественных связей» состоит в наладке механизма использования коммуникативного потенциала как ресурса проведения государственной политики.

МАУ «Управление общественных связей» создано в целях:

- реализации конституционного права граждан на свободный поиск, получение, передачу и распространение информации;
- осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов местного самоуправления на опубликование

муниципальных правовых актов, обсуждения проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведения до сведения жителей муниципального образования официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации;

- обеспечение доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления;

- участие в разработке и реализации информационной политики города Заречного Пензенской области, формирования внутреннего имиджа города;

- содействие участия населения в осуществлении местного самоуправления.

Для выполнения своих целей МАУ «Управление общественных связей» имеет право в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации:

- создавать филиалы и представительства;

- утверждать положения о филиалах, представительствах, назначать их руководителей, принимать решения об их реорганизации и ликвидации;

- заключать все виды договоров с юридическими и физическими лицам, непротиворечащими законодательству Российской Федерации, а также целям и предмету деятельности МАУ «Управление общественных связей»;

- приобретать и арендовать основные и оборотные средства за счет имеющихся у него финансовых ресурсов;

- осуществлять внешнеэкономическую деятельность;

- осуществлять материально-техническое обеспечение производства и развитие объектов социальной сферы;

- определять и устанавливать структуру и штатное расписание;

- устанавливать для своих работников дополнительные отпуска, сокращенный рабочий день и иные социальные льготы в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Предметом деятельности МАУ «Управление общественных связей» является выполнение работ (оказания услуг) в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов местного самоуправления по обеспечению доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления, опубликованию муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведение до сведения жителей города Заречного официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации.

Основными задачами МАУ «Управление общественных связей» являются:

- реализация на территории города Заречного принципов доступности и открытости информации о деятельности органов местного самоуправления;
- обеспечение доступа жителей к социально-значимой информации и базовым информационно-коммуникационным услугам через различные категории общедоступных информационных систем;
- развитие информационных средств различного назначения для обеспечения граждан (физических лиц), организаций, государственных органов и органов местного самоуправления информацией;
- разработка и совершенствование нормативно-правового обеспечения механизмов доступа населения к информации о деятельности органов местного самоуправления г. Заречного;
- распространение информации в средствах массовой информации о деятельности субъектов городской инфраструктуры;
- подготовка информационных материалов о деятельности субъектов городской инфраструктуры для Администрации города Заречного;
- официальное опубликование муниципальных правовых актов (проектов муниципальных правовых актов) по вопросам местного значения, и иных правовых актов (проектов правовых актов) в соответствии с действующим

законодательством, доведение до сведения жителей города Заречного иной официальной информации;

- обеспечение защиты информации от неправомерного доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных в отношении такой информации;

- изучение общественного мнения по важнейшим аспектам жизни города;

- работа с общественными объединениями, политическими партиями, привлечение общественности к обсуждению и решению социально-значимых проблем города;

- внедрение современных форм и приемов информирования, модернизация информационно-коммуникативной инфраструктуры;

- создание механизмов, способствующих широкому привлечению внебюджетных источников финансирования для развития и поддержки информационно-коммуникационных технологий;

- формирование и внедрение компьютерных баз данных, необходимых для работы с общественностью города;

- мониторинг и анализ сообщений средств массовой информации, сети Интернет о деятельности субъектов городской инфраструктуры;

- участие в разработке и формировании социальной рекламы.

Работников на начало 2017 года - 45.00 человек

Работников на конец 2017 года - 44.00 человек.

Организационная структура МАУ «Управление общественных связей» представлена в приложении Б.

Кадровое обеспечение в муниципальном управлении - это деятельность, направленная на комплектование органов местного самоуправления профессионально подготовленными работниками, способными на уровне современных требований эффективно осуществлять в рамках закона и должностных полномочий задачи и функции муниципальных органов

Средняя зарплата - 26,561.67 руб.

Расходы - 17,584,815.00 руб.

Доходы всего - 37,640,113.64 руб.

Из них:

- Субсидии на выполнение государственного задания - 32,270,761.74
- Целевые субсидии - 2,744,028.98
- Бюджетные инвестиции - 0.00
- Платные услуги и иная деятельность - 2,625,322.92

Недвижимое имущество - 0 руб.

Движимое имущество - 0 руб.

Площадь недвижимого имущества - 569 м²

Доход от имущества - 0 руб.

Расходы бюджета, руб.

- 16,191,371 - Оплата труда и начисления на выплаты по оплате труда
- 121,224 - Услуги связи
- 510,840 - Транспортные услуги
- 138,360 - Коммунальные услуги
- 0 - Арендная плата за пользование имуществом
- 124,372 - Работы, услуги по содержанию имущества
- 171,976 - Увеличение стоимости основных средств
- 0 - Увеличение стоимости нематериальных активов
- 326,672 - Увеличение стоимости материальных запасов

Организационная структура управления представлена в приложении Б.

Линейная организационная структура управления характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель-единоначальник, наделенный всеми полномочиями и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками и сосредоточивающий в своих руках все функции управления.

При линейном управлении каждое звено и каждый подчиненный имеют одного руководителя, через которого по одному единовременному каналу проходят все команды управления. В этом случае управленческие звенья несут ответственность за результаты всей деятельности управляемых объектов. Речь идет о пообъектном выделении руководителей, каждый из которых выполняет все виды работ, разрабатывает и принимает решения, связанные с управлением данным объектом.

Поскольку в линейной структуре управления решения передаются по цепочке «сверху вниз», а сам руководитель нижнего звена управления подчинен руководителю более высокого над ним уровня, формируется своего рода иерархия руководителей данной конкретной организации. В данном случае действует принцип единоначалия, суть которого состоит в том, что подчиненные выполняют распоряжения только одного руководителя. Вышестоящий орган управления не имеет права отдавать распоряжения каким-либо исполнителям, минуя их непосредственного начальника.

В структуре МАУ «Управление общественных связей» выделяют шесть отделов: пресс-служба, отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и организациями, редакционно-издательский отдел, технический отдел, информационно-аналитический отдел, отдел делопроизводства.

Директором учреждения является Фильянова Елена Евгеньевна. Права и обязанности руководителя, а также основания отношений с ним регламентируются трудовым контрактом в соответствии с действующим законодательством. Директор без доверенности действует от имени МАУ «Управление общественных связей», в том числе совершает сделки от его имени, утверждает штатное расписание МАУ «Управление общественных связей», план его финансово-хозяйственной деятельности, годовую бухгалтерскую отчетность и регламентирующие деятельность МАУ «Управление общественных связей» внутренние документы, издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками МАУ «Управление общественных связей».

Источниками формирования имущества и финансовых МАУ «Управление общественных связей» являются:

- имущество, закрепленное за ним на праве оперативного управления;
- бюджетные поступления;
- средства оказания платных услуг;
- добровольные пожертвования граждан и юридических лиц;
- иные источники, не запрещенные действующим законодательством.

МАУ «Управление общественных связей» ведет налоговый учет, оперативный бухгалтерский учет и статистическую отчетность о результатах хозяйственной и иной деятельности в порядке, установленном законодательством.

Доходы МАУ «Управление общественных связей» поступают в его самостоятельное распоряжение и используются им для достижения целей, ради которого оно создано. Собственник имущества МАУ «Управление общественных связей» не имеет права на получение доходов от осуществления учреждением деятельности и использования закрепленного за ним имущества.

МАУ «Управление общественных связей» строит свои отношения с другими организациями, гражданами во всех сферах хозяйственной деятельности на основе договоров и контрактов.

2.2 Анализ основных направлений деятельности по связям с общественностью МАУ «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области

Основными направлениями деятельности МАУ «Управление общественных связей» являются:

1) Деятельность по информированию населения о деятельности органов местного самоуправления

Основными задачами в освещении деятельности Администрации города Заречного Пензенской области являются: своевременное информирование населения города Заречного о социально-экономической и общественно-политической ситуации; обеспечение свободного доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления; изучение общественного мнения, нацеленного на получение обратной связи и привлечения общественности к обсуждению важнейших социально значимых аспектов жизни города.

В течение 2017 года велась постоянная работа по обеспечению населения полной оперативной информацией о деятельности ОМСУ г. Заречного, о социально-экономической и общественно-политической ситуации. Осуществлялось информационное сопровождение постановлений, распоряжений Администрации, организована информационная поддержка целевых муниципальных программ.

Деятельность муниципальных предприятий освещается в СМИ. В течение года Управлением разработано более ста тематических планов, в том числе медиа-планы по проблемам социально-экономического развития Заречного. Особое внимание уделялось федеральным приоритетным проектам «Безопасные и качественные дороги», «Формирование современной городской среды» и корпоративным проектам Росатома. Так по проекту «Безопасные и качественные дороги» было опубликовано 202 материала только в городских СМИ и на официальном сайте Администрации. 556 материалов опубликовано в местных СМИ и на порталах города о реализации проектов «Школа Росатома», «Гражданин страны Росатом», «Слава созидателям», «Бережливый город». По информационным сообщениям, подготовленным Управлением общественных связей, в местных, региональных и федеральных СМИ вышло около 7000 материалов.

Разослано 1243 пресс-релиза о деятельности ОМСУ и организаций Заречного, которые публиковались на Интернет-порталах областного Правительства, PenzaNews, Пенза-онлайн, Пенза-пресс, «Единая Россия», Муниципальная Россия, Пенза-взгляд, «Комсомольская правда», «Пензенская правда», и т.д.

Через интернет ресурс информирование осуществляется на городских порталах www.zarpressa.ru, www.trkz.ru, zato.tv, gorodz.info, на официальном сайте Администрации города www.zarechny.zato.ru и в блоге Главы города <http://oleg-klimanov.livejournal.com>.

Популярность вышеперечисленных интернет ресурсов остается на высоком уровне. Только официальный сайт Администрации в 2017 году посетило более 58 000 человек.

В рамках реализации проекта «Открытая власть» в 2017 году было подготовлено и проведено более 100 встреч, конференций, круглых столов, семинаров, совещаний с участием населения по вопросам деятельности органов местного самоуправления, социально-экономической и общественно-политической ситуации в городе Заречном.

Для информирования горожан о приоритетном проекте «Формирование современной городской среды» проводились встречи, собрания жильцов многоквартирных домов с руководителями ОМСУ.

В целях создания благоприятных условий для выявления и поддержки общественных инициатив горожан, стимулирования созидательной активности жителей в вопросах благоустройства и содержания дворов, подъездов, внутриквартальных территорий в 2017 году жители 108 многоквартирных домов приняли участие в конкурсах общественных инициатив «Мой дом, мой двор – 2017» и «Снежные фантазии - 2017». В рамках конкурсов проводились работы не только по озеленению и благоустройству внутриквартальных территорий, но и возрождению института добрососедства: совместные чаепития, праздники для взрослых и детей на свежем воздухе.

Работа по освещению деятельности Администрации планируется и выстраивается с учетом анализа обобщенных данных, полученных посредством обратной связи с населением и анализа публикаций СМИ и Интернета. В 2017 году было подготовлено 208 аналитических записок по материалам СМИ, 293 отчета по мониторингу интернет порталов и газет Заречного. Проведено 10 социологических опросов, в том числе:

- «Социальное самочувствие жителей г. Заречного»;
- «Отношение жителей города Заречного к местным СМИ»;
- «Оценка доверия к органам власти»;
- «Оценка перспектив материальной обеспеченности граждан» и др.

В 2018 году все направления по информированию населения о деятельности Администрации города будут иметь развитие.

2) Деятельность по изучению общественного мнения.

Одной из форм человеческого взаимодействия является формирование общественного мнения. Все это способствует развитию сферы коммуникации публичного характера, к которой относится и связи с общественностью [15, с. 21].

При работе с общественным мнением МАУ «Управление общественных связей» учитывает особенности: нестабильность – фактор, поддающийся изменениям под влиянием новых обстоятельств и ситуации, новой информации. В зависимости от определенности позиции по проблеме находится заинтересованность и вовлеченность в проблему общественности. Чем больше информированность, тем стабильнее мнение; зависимость от социального пространства – общественное мнение напрямую зависит от политической, экономической и социальной обстановки в стране, поэтому при разработке действий по отношению к общественному мнению необходимо учитывать все эти факторы; нецелостность – отсутствие единой аудитории общественности; производность от событий – общественное мнение находится в прямой зависимости не только от отдельных суждений и выступлений, а от конкретных событий; предопределенность интересами – формирование

общественного мнения основано на различных интересах, знаниях, культуре, информированности людей.

В декабре 2017 г. было проведено 5 социологических опросов жителей г. Заречного: «Отношение жителей г. Заречного к выборам президента России 18 марта 2018г.», «Оценка перспектив материальной обеспеченности граждан», «Отношение жителей города к работе ОМСУ», «Оценка доверия к представителям власти», «Отношение жителей Заречного к местным СМИ». Все эти опросы были объединены общей темой «Социальное самочувствие жителей г. Заречного».

Подобные опросы проводятся в течении последних 10 лет, поэтому есть возможность проследить динамику изменений социального самочувствия горожан в ту или иную сторону и выявить некоторые социальные и общественно-значимые тенденции.

Опросы проводились методом анкетирования по месту жительства респондентов. Выборка опроса строилась по случайному принципу во всех микрорайонах города. В опросе приняли участие 2500 жителей города.

Изучение общественного мнения МАУ «Управление общественных связей» проводит по следующим направлениям:

1. Отношение жителей города к выборам Президента России
2. Актуальные проблемы жителей города Заречного;
3. Уровень материальной обеспеченности граждан;
4. Отношение жителей города Заречного к работе органов местного самоуправления;
5. Оценка доступности информационных ресурсов.

Подавляющее большинство респондентов (73,9%) готовы идти на выборы Президента России 18 марта 2017. Но и немалая часть (17,2%) еще не решила пойдет на выборы или нет.

Наиболее активными являются избиратели старше 60 лет, наименее-избиратели 18-25 лет. Наибольшее число сомневающихся среди самой активной и работоспособной категории избирателей в возрасте 36-45 лет.

Больше всего потенциально активных избирателей среди респондентов, работающих в коммунальной сфере, в бюджетных организациях и среди пенсионеров. Негативно настроенные на выборы чаще встречаются среди ИПешников и учащихся. Среди работающих на транспорте и строительстве наибольший процент (каждый третий) сомневающих и неопределившихся.

По результатам опроса очевидно лидерство Путина В.В. - 62% голосов. Однако сумма ответов «другой» и тех, кто просто не стал давать ответ на этот вопрос анкеты составляет значительный результат – 22,6%.

Во всех возрастных группах Путин В.В. набирает наибольшее число голосов, но также заметно, что с возрастом респондентов увеличивается число его избирателей. До 30% доходит число тех, кто либо выбирает «другого», либо не захотел отвечать на этот вопрос и это характерно для респондентов от 18 до 45 лет.

В этом году, впервые на первое место по важности и актуальности вышла такая проблема как получение медицинской помощи, независимо от возраста и места работы респондентов. Актуальными проблемами для большинства жителей города остаются также материальная обеспеченность, коммунальное обслуживание и собственная безопасность. В этом году чуть увеличилась оценка актуальности образования детей. Проблема терроризма была внесена в опрос в этом году и она набрала также высокую оценку.

Меньше всего жителей волнует возможность сменить или найти работу, карьерный рост на работе, возможность заниматься спортом и интересный досуг, и межнациональные отношения.

По сравнению с 2016 годом, в этом году увеличилось число оптимистически настроенных горожан по поводу процветающего Заречного. Таких почти 70 %.

Для подавляющего большинства жителей сохранение за городом статуса ЗАТО остается важным и оценивается высоким балом. И по сравнению с предыдущим годом он заметно поднялся, возможно, это

перекликается с тем, что в 2017 г. у горожан повысился уровень тревожности по поводу безопасности и терроризма.

По сравнению с 2016г., в этом году заметно увеличилась доля жителей с более низким доходом. А респондентов, с достаточно высоким материальным достатком в 2017 г. стало меньше. Подавляющее большинство зареченцев могут позволить себе приобретать только самое необходимое для жизни, таким образом можно сказать, что, условно, бедных стало больше, а богатых меньше.

По результатам опроса, доля тех жителей, у которых материальное положение в 2017 году стало лучше, чем в 2016 году, заметно уменьшилось, соответственно и увеличилась доля тех, у кого материальное положение ухудшилось.

По сравнению с 2016 г. материальное положение заметно ухудшилось у респондентов всех возрастных категорий. Число таких увеличилось примерно на 10%.

В 2017 году, по сравнению с 2016г., несколько увеличилось число респондентов, которые еще и ожидают ухудшение своего материального положения.

В 2017 году, по сравнению с прошлым годом, снизилось число респондентов, во всех рабочих группах, которые могут откладывать деньги, но особенно заметно это в снижении (на 20%) в группе пенсионеров.

В последние 3 года увеличивается количество лиц оценивающих свой доход «как у всех», что говорит об уменьшении социального расслоения по материальному признаку.

Деятельность по информированию населения о деятельности органов местного самоуправления.

Почти половина респондентов (49,7%) жителей города, по результатам опроса положительно оценивают деятельность Главы городского муниципального образования, но в 2016 таких было несколько больше (57,4%) . Вместе с тем почти каждый третий (36,2%) ничего не знает о

работе Главы. В 2016 г. ничего не знающих о работе Главы респондентов было несколько меньше (27.2%).

На момент опроса О.В. Климанову доверяют больше, чем другим известным людям в городе, но их всего 7%. Заметно снижение медийности всех руководителей города.

В 2017 г. также как и в 2016 доминирует положительная оценка работы ОМС. Хотя в текущем году работа органов местного самоуправления (ОМС) получила почти на 10% меньше положительных оценок, чем в прошлом году, и увеличилось число респондентов, которые «не видят» работу ОМС.

По сравнению с 2016 г. в этом году почти в 2 раза снизилось число лиц, которые обращались в ОМС и их проблема была решена и несколько уменьшилось число жителей, чья просьба не была удовлетворена. При этом обращает внимание на себя тот факт, что в 2017 г. по сравнению с 2016г. очень сильно увеличилась доля людей, у которых не было причин для обращения в ОМС. И если учесть, что доля скептиков чуть снизилась, то можно предположить, что горожане стараются сами решать свои проблемы.

Общее количество респондентов, принявших участие в коллективных городских мероприятиях, организованных по инициативе органов местного самоуправления в 2017 году несколько уменьшилось. И очень большое число тех, кто ничего не слышал о подобных мероприятиях

В 2017г. увеличилось число респондентов в возрасте 18-25 лет, которые активно участвуют в коллективных городских мероприятиях. Но, заметно снизилось число таковых в остальных возрастных группах, особенно это заметно в среде тех, кому больше 60 лет.

Анализ всех ответов на вопросы о взятках показал, что примерно каждый четвертый респондент сталкивался с ситуацией, когда надо бы было дать взятку. Реально вынуждены были дать взятку почти каждый пятый житель города.

Чаще всего дача взятки была связана с получением бесплатной медицинской помощи (не случайно для жителей города получение

медпомощи остается из года в год самой актуальной проблемой). С такой же частотой связана дача взятки в связи с устройством на работу.

Наиболее распространенный размер взятки находится в пределах до 3000 рублей

4. Оценка доступности информационных ресурсов города и работы городских СМИ.

Основным источником информации о работе органов местного самоуправления, для большинства всех опрошенных, остаются городские СМИ, и их доля несколько повысилась по сравнению с 2016г. При этом чуть увеличилось число жителей, которым данная информация не доступна.

Городскими СМИ пользуется большая часть респондентов в возрасте от 26 лет и старше. Среди самых молодых жителей пользуются информацией городских СМИ меньше половины.

В 2017 году очень сильно снизилось число пользователей официальным сайтом Администрации города, а также увеличилось число жителей, у которых либо нет информации о наличии сайта, либо они не удовлетворены его ведением, либо у них нет интернета

Наиболее активными пользователями сайта Администрации являются жители города в возрасте 36-45 лет.

В этом году заметно снизилось число тех, кто знает, что на официальном сайте города работает раздел «Обращения граждан». Соответственно, заметно увеличилось и число тех, кто об этом не знает.

Из общей массы респондентов, знающих о разделе «Обращение граждан», выделяются жители в возрасте 36-45 лет и заметно выпадают 2 возрастных группы: респонденты 18-25 лет и лица старше 60 лет.

Половина респондентов не слушают городское радио. А регулярно слушают его достаточно малое количество жителей города. И по сравнению с 2016 их число уменьшилось. Регулярными, но немногочисленными слушателями городского радио являются жители Заречного старше 46 лет.

В 2017 г. увеличилось число читателей «Заречье», читающих ее постоянно.

Но и газету «Наш город» регулярно стало читать также большее число респондентов. И число таких читателей на 10% больше, чем у газеты «Заречье».

Более половины опрошенных (56%) смотрят ТРК «Заречье» с этой или иной частотой и периодичностью. Постоянными зрителями ТРК «Заречный» являются небольшое число респондентов. Самой популярной является программа «Новости».

Основными читателями и зрителями городских СМИ являются жители старше 60 лет.

По результатам социологического опроса можно сделать следующий вывод.

В 2017 г. заметно ухудшилось материальное положение жителей города. Самой актуальной проблемой для горожан стала проблема получения медицинской помощи и именно эта сфера вынуждает зареченцев идти на преступление-дачу взятки.

Снизилась общественная активность горожан. Снизился их интерес к работе органов местного самоуправления и желание обращаться к ним за помощью.

В связи с повышенной тревожностью по поводу терроризма повысился уровень заинтересованности горожан в сохранении Заречным статуса ЗАТО. И возможно это парадоксальным образом отразилось на том, что увеличилось, по сравнению с 2016 г. число жителей, которые оптимистично смотрят на перспективы развития г. Заречного.

По результатам опроса видна высокая избирательная активность горожан и очевидным лидером среди зареченских избирателей является В.В. Путин.

3) Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов;

Эта группировка включает:

- проектирование и разработку баз данных (разработку концепций, структуры, состава баз данных);
- реализацию разработанных баз данных;
- формирование и ведение баз данных, в том числе сбор данных из одного или более источников, а также ввод, верификацию и актуализацию данных;
- администрирование баз данных, в том числе обеспечение возможности доступа к базе данных в режиме непосредственного или телекоммуникационного доступа;
- поиск данных, их отбор и сортировку по запросам, предоставление отобранных данных пользователям, в том числе в режиме непосредственного доступа;
- создание информационных ресурсов различных уровней (федеральных, ведомственных, корпоративных, ресурсов предприятий);
- разработку, адаптацию, модификацию баз данных, установку, тестирование и сопровождение баз данных;
- разработку программного обеспечения для работы с базами данных.[13, с. 344]

4) работа со средствами массовой информации

Особую роль в связях с общественностью играют средства массовой. Главной задачей СМИ является передача информации обществу через различные каналы коммуникации: телевидение, Интернет, радио, печатные издания. СМИ – это социальный институт, направленный на формирование общественного мнения с использованием различных технических комплексов, обеспечивающих быструю передачу информации через каналы коммуникаций. [20, с. 457]

МАУ «Управление общественных связей» в своей работе использует следующие средства массовой информации: ОАО Телерадиокомпания "Заречный", «Радио-Заречный», Редакция газеты «Заречье-сегодня»;

Информационно-аналитический еженедельник «Наш город Заречный»

4) Иные виды информационно-аналитической деятельности

С этой целью МАУ «Управление общественных связей осуществляет»:

- подготовку текстов выступлений, докладов для руководителей города
- написание текстов, рассылка поздравительных открыток и памятных адресов в министерства и ведомства регионального, федерального уровня, а также памятных адресов и сертификатов от руководителей города

5) Издательская и полиграфическая деятельность. Цель издания – обеспечить коммерческий успех, а также осуществить поиск, сбор, анализ, написание и распространение достоверной общественно-политической, культурной, деловой и развлекательной информации.

6) Прочие виды издательской деятельности;

В рамках дипломного исследования рассмотрим основные направления деятельности каждого отдела МАУ «Управление общественных связей».

Отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и организациями всецело направлен на решение задач имиджевой политики организации.

Решаемые им задачи:

- организация контактов, коммуникаций и должного взаимодействия с другими органами государственной власти;
- организация контактов, коммуникаций и должного взаимодействия с общественными организациями, творческими и профессиональными союзами, спортивными обществами, религиозными конфессиями и т.п. в тех случаях, когда установление и поддержание таких связей отвечает интересам организации;
- организация и проведение презентаций, конференций, круглых столов, симпозиумов, выставок и иных специальных событий;
- ведение адресных программ относительно партнеров (физических лиц и организаций, входящих в орбиту интересов организации);
- работа с гражданами; • осуществление внутрикорпоративной работы.

Редакционно-издательский отдел.

Его деятельность распространяется как внешнюю, так и на внутреннюю среду организации, содействуя реализации и информационной, и имиджевой политике организации.

Решаемые задачи:

- организация выпуска всей печатной публичной продукции организации (книги, брошюры, буклеты, альманахи, листовки и т.п.);
- издание корпоративной газеты.

Информационно-аналитический отдел. Данное подразделение можно условно назвать штабом службы по связям с общественностью, так как именно здесь осуществляется «мозговой штурм» всей PR- деятельности. Соответственно этому решаемые задачи отдела:

- стратегическое планирование работы связей с общественностью в организации;
- планирование работы на соответствующие периоды;
- контроль за выполнением ранее запланированных мероприятий и заданий;
- программирование PR-проектов (PR-акций и PR-кампаний);
- ведение аналитической деятельности;
- мониторинг публичной информации об организации (самостоятельно или совместно с пресс-службой);
- составление банка данных службы по связям с общественностью.

Технический отдел.

Решаемые задачи:

- компьютерное, аудио-, видео-, фото- и иное техническое сопровождение всех мероприятий и заданий, проводимых службой по связям с общественностью.

Делопроизводство. Решаемые задачи:

- организация и ведение документооборота, относящегося к деятельности службы по связям с общественностью.

Рассмотрев наиболее важные аспекты работы МАУ «Управление общественных связей», можно сделать определенные выводы.

Учреждение активно сотрудничает со средствами массовой информации, обеспечивая граждан города Заречного своевременной и достоверной информацией. Однако у общественности всегда присутствуют проблемы, которые остаются за «кадром». Вов взаимоотношениях власти и СМИ нередко возникают разногласия из-за несвоевременно представленной информации. Однако МАУ «Управление общественных связей» очень тесно взаимодействует с населением, целевыми аудиториями.

Итак, сделаем краткие выводы по второй главе дипломного исследования.

МАУ «Управление общественных связей» является некоммерческой организацией. Учреждение осуществляет свою деятельность на основании Устава.

Учредителем МАУ «Управление общественных связей» является муниципальное образование – ЗАТО город Заречный Пензенской области.

Главная цель МАУ «Управление общественных связей» состоит в наладке механизма использования коммуникативного потенциала как ресурса проведения государственной политики.

Предметом деятельности МАУ «Управление общественных связей» является выполнение работ (оказания услуг) в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов местного самоуправления по обеспечению доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления, опубликованию муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведение до сведения жителей города Заречного официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации.

Работников на начало 2017 года - 45.00 человек

Работников на конец 2017 года - 44.00 человек.

В структуре МАУ «Управление общественных связей» выделяют шесть отделов: пресс-служба, отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и организациями, редакционно-издательский отдел, технический отдел, информационно-аналитический отдел, отдел делопроизводства.

Директором учреждения является Фильянова Елена Евгеньевна. Права и обязанности руководителя, а также основания отношений с ним регламентируются трудовым контрактом в соответствии с действующим законодательством.

Основными направления деятельности МАУ «Управление общественных связей» являются:

- 1) Деятельность по информированию населения о деятельности органов местного самоуправления

- 2) Деятельность по изучению общественного мнения.

Современная коммуникативная среда (во многом благодаря уровню развития информационно-коммуникативных технологий) имеет довольно сложную структуру и одновременно предоставляет огромные возможности своим участникам.

- 3) Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов;

- 4) работа со средствами массовой информации

МАУ «Управление общественных связей», выполняя свои задачи, ориентируются и на задачи СМИ.

СМИ выполняют не только информационную, но и познавательно-просветительскую функцию.

- 6) Издательская и полиграфическая деятельность. Цель издания – обеспечить коммерческий успех, а также осуществить по иск, сбор, анализ, написание и распространение достоверной общественно-политической, культурной, деловой и развлекательной информации.

- 7) Прочие виды издательской деятельности;

8) консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления.

3 Направления совершенствования деятельности отдела связей с общественностью МАУ «Управление общественных связей»

Стратегия развития муниципальных связей с общественностью включает сегодня три взаимосвязанных и взаимодополняющих направления: резкое наращивание объемов и постоянное совершенствование структуры информационных потоков; улучшение собственно РЯ-коммуникаций (двустороннего общения) власти; мотивация поведения граждан, их подготовка и «обучение» самоорганизации и принципам самоуправления.

На определенной территории, где население привязано к определенному месту проживания, целями связей с общественностью местной власти чаще всего являются разъяснение действий местной власти, завоевание доверия и поддержки граждан, а также вовлечение местного сообщества в процесс принятия решений по местным вопросам. Кроме этого, образуемые в последнее время в местных органах власти службы по связям с общественностью могут и должны способствовать ускорению социального развития населения муниципальных образований.

МАУ «Управление общественных связей» города Заречного сегодня работает очень активно, предоставляя каждодневную, проверенную и достоверную информацию.

Говоря о совершенствовании деятельности МАУ «Управление общественных связей» города Заречного, необходимо отметить, что залогом успеха может служить построение дальнейшего взаимодействия со средствами массовой информации.

Основная цель – не допустить роста социальной напряженности в каких-либо областях жизни. Любой информационный материал должен быть сделан в интересах граждан и муниципалитета. Обеспечиваем как долгосрочное медиа планирование, так и формируем информационную повестку каждого дня.

Для этого планируются следующие мероприятия:

- организация работы по освещению в СМИ деятельности ОМСУ, социально-экономической, общественно-политической ситуации в городе;
- формирование и наполнение городского информационного пространства;
- продвижение информации о городе на региональный и федеральный уровень;
- мониторинг и анализ городских, региональных федеральных СМИ;
- мониторинг упоминаемости в городских, региональных, федеральных СМИ руководителей города;
- мониторинги местных СМИ для Администрации по запросам региональных, федеральных министерств и ведомств;
- ведение официального сайта администрации (наполнение, техническое обеспечение);
- подготовка текстов выступлений, докладов для руководителей города;
- написание текстов, рассылка поздравительных открыток и памятных адресов в министерства и ведомства регионального, федерального уровня, а также памятных адресов и сертификатов от руководителей города.

Необходимо повысить уровень заинтересованности всех горожан в участии решений проблем города. Для этого нужны регулярные, постоянные встречи с общественностью.

Важно организовать информирование и популяризацию среди населения идей местного самоуправления, разъяснение основных положений реформы, прав и возможностей по участию в местном самоуправлении.

С целью лояльности городского сообщества к власти в МАУ «Управление общественных связей планируется создание «Проектного офиса».

Все проекты планируется разрабатывать под конкретные целевые группы.

- 1) «Мой дом, мой двор»/ «Снежные фантазии» (работа с жителями во дворах)
- 2) Фестиваль садов и цветов «Заречный в цвету» (все городское сообщество, день тишины).
- 3) Ветераны (основной электорат)

- Завтра начинается вчера
- Сад поколений
- Кинолекторий «Кино моей юности»
- Гостиная «Под абажуром»
- Кибер-олимпиада 60+
- Открытая власть
- 100 лет комсомолу
- Почетные граждане

4) «Доброе сердце» (владельцы животных)

5) Этно-совет (работа с национальностями)

6) Строительство Храма Рождества Христова (православная общественность).

МАУ «Управление общественных связей отчетливо осознают, что информационные технологии являются важнейшей частью развития города Заречного.

В связи с этим предполагается создание соответствующих условий и механизмов для внедрения информационно-коммуникационных технологий, а также эффективного использования уже имеющихся информационных ресурсов (местное телевидение, местная пресса и т.д. Для этого необходимо заинтересовать горожан и сельчан в осуществлении и развитии информационной политики, причем не только активную и образованную группу населения, которая пользуется интернетом в повседневной жизни, но и малообеспеченных и пожилых граждан.

Нужно объяснять населению, что использование информационно-коммуникационных технологий значительно облегчит их жизнь

По результатам социологического опроса жителей города Заречного в 2017 году очень сильно снизилось число пользователей официальным сайтом Администрации города, а также увеличилось число жителей, у которых либо нет информации о наличии сайта, либо они не удовлетворены его ведением, либо у них нет интернета. В связи с этим важным направлением

деятельности МАУ «Управление общественных связей является развитие Интернет-сообщества г. Заречного (сайт фестиваля, группы в социальных сетях), например сайт vkontakte.ru.

Одним из основных механизмов агрегации на сайте vkontakte.ru является сервисная функция «Группы», позволяющая пользователям свободно объединяться в группы и создавать сообщества согласно интересам. Зачастую группы представляют собой реально существующие организации, клубы, виртуальные объединения по различным профессиональным, рекреативным и иным интересам, группы поклонников кого-то или чего-либо, и т.п. Только в данной социальной сети количество таких групп примерно составляет свыше 5 миллионов. Любой пользователь социальной сети, может вступить в уже созданную группу, обнаружив ее в базе данных всех групп vkontakte.ru при помощи поисковой системы (например, по ключевому слову), либо самостоятельно создать свою. Во втором случае он автоматически становится администратором сообщества и может контролировать контент на странице своего объединения.

МАУ «Управление общественных связей планирует создать также следующие сайты;

http://vk.com/zar_home;

<http://vk.com/club89888000>;

http://vk.com/zarechny_in_bloom;

<http://ok.ru/zarday>;

<https://www.facebook.com/events/454256711424003>;

<https://www.facebook.com/zarechnydvor>

Еще одним направлением деятельности МАУ «Управление общественных связей» является укрепление связей с областными СМИ, расширение информационного потока на область

С целью обеспечения населения информацией о деятельности ОМСУ г. Заречного, о социально-экономической и общественно-политической ситуации в

городе через СМИ, сеть Интернет постоянно планируется проведение следующих мероприятий:

- сбор информации о плановой работе отделов Администрации города, департаментов и муниципальных предприятий;
- разработка основных тем на каждую неделю для освещения в местных СМИ;
- подготовка и публикация на сайте Администрации города Заречного информационных сообщений о деятельности органов местного самоуправления;
- постоянное информационное сопровождение деятельности Главы Администрации и Собрания представителей города Заречного.

Необходимо проведение конференций, круглых столов, семинаров, совещаний и иных проектов с участием населения по вопросам деятельности органов местного самоуправления в городе Заречном, социально-экономической и общественно-политической ситуации в городе.

С этой целью в МАУ «Управление общественных связей» планируется реализация проекта «Открытая власть», которая будет вестись по следующим направлениям:

- организация встреч с населением по вопросам деятельности ОМСУ в г. Заречном, социально-экономической и общественно-политической ситуации в городе;
- организация экскурсий для ветеранов на городские предприятия, учреждения, организации с участием Главы города г. Заречного, в том числе ДК «Дружба», МОУ ДОД ДЮЦ «Юность», музей Специального управления федеральной противопожарной службы № 22 и др.
- организация прямых трансляций заседаний общественных советов, сессий Собрания представителей;
- организация экскурсий для почетных граждан на городские предприятия, учреждения, организации с участием Главы города г. Заречного.

Для совершенствования своей деятельности МАУ «Управление общественных связей» планирует заниматься рекламной деятельностью.

Рынок рекламных носителей на территории г. Заречного достаточно широк:

- Биллборды, размер 3*6 м
- сити-формат, размер 1,2*1,8 м.
- остановочные павильоны, размер 1,2*1,8 м.
- рекламные модули в печатных средствах массовой информации
- видео-сюжеты, статические заставки, рекламные ролики на местном телевидении

- рекламные блоки на местном радио.

Привлечение общественности к процессу обсуждения и принятия решений возможно при соблюдении следующих условий:

-заинтересованность высшего руководства администрации муниципального образования в данном процессе;

-создание условий, в том числе и силами сотрудников МАУ «Управление общественных связей», для участия членов местного сообщества в процессе обсуждения и выработки управленческих решений.

-более свободный доступ к средствам массовой информации представителей общественности, в частности общественных объединений.

Это еще одно из направлений совершенствования деятельности по связям с общественностью.

И подводя итог данной главы дипломного исследования, отметим, что для формирования эффективной деятельности МАУ «Управление общественных связей» необходима целенаправленная информационная политика.

Лишь правильно организованная деятельность связи с общественностью позволяет эффективно влиять на общественное мнение и находить оптимальные решения в различных ситуациях, в том числе конфликтных и кризисных.

Заключение

Итак, в выпускной квалификационной работе рассмотрено роль и место связей с общественностью в муниципальном секторе, а также проведен анализ деятельности организации МАУ «Управление общественных связей города Заречного Пензенской области и разработаны направления совершенствования деятельности исследуемой организации.

В современном обществе связи с общественностью представляют собой социальный институт, цель которого заключается в удовлетворении информационных потребностей, обслуживании общественной потребности в обеспечении эффективного публичного дискурса для всех социальных субъектов. Связи с общественностью как социальный институт являются продуктом новейшего времени и существуют только в конкурентных условиях.

Как социальный институт связи с общественностью выполняют ряд функций: обеспечение стабильности общественных отношений, регулятивную, предписывающую, информационную, нормативно-законодательную, функцию социального контроля, а также мобилизационную.

Связи с общественностью становятся важнейшим компонентом управления вообще, и административного управления, в частности.

Службы связей с общественностью создают условия для принятия оптимальных управленческих решений, способствуют сотрудничеству власти и общественности, развитию гражданского сознания, могут брать на себя упреждающую программу разрешения конфликтных ситуаций, во многих случаях оказываются способными активно влиять на реализацию принятых решений.

Главная особенность служб связей с общественностью в осуществлении социальной роли муниципального управления связана с коммуникативным аспектом функционирования муниципальных органов власти и управления.

Принятие специального закона о PR-деятельности обеспечит цивилизованный и юридически грамотный подход к вопросам урегулирования

разнообразных PR-отношений, позволит PR-специалистам компетентно выполнять свои профессиональные обязанности.

Деятельность служб по связям с общественностью призвана способствовать развитию демократии, открытости власти и расширению информированности общества.

МАУ «Управление общественных связей» является некоммерческой организацией. Учреждение осуществляет свою деятельность на основании Устава.

Учредителем МАУ «Управление общественных связей» является муниципальное образование – ЗАТО город Заречный Пензенской области.

Главная цель МАУ «Управление общественных связей» состоит в наладке механизма использования коммуникативного потенциала как ресурса проведения государственной политики.

Предметом деятельности МАУ «Управление общественных связей» является выполнение работ (оказания услуг) в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов местного самоуправления по обеспечению доступа граждан к информации о деятельности органов местного самоуправления, опубликованию муниципальных правовых актов по вопросам местного значения, доведение до сведения жителей города Заречного официальной информации о социально-экономическом и культурном развитии муниципального образования, о развитии его общественной инфраструктуры и иной официальной информации.

Работников на начало 2017 года - 45.00 человек

Работников на конец 2017 года - 44.00 человек.

В структуре МАУ «Управление общественных связей» выделяют шесть отделов: пресс-служба, отдел по связям с общественностью и работе с гражданами и организациями, редакционно-издательский отдел, технический отдел, информационно-аналитический отдел, отдел делопроизводства.

Директором учреждения является Фильянова Елена Евгеньевна. Права и обязанности руководителя, а также основания отношений с ним регламентируются трудовым контрактом в соответствии с действующим законодательством.

Основными направления деятельности МАУ «Управление общественных связей» являются:

4) Деятельность по предоставлению информации (новостей, фотографий и других материалов средствам массовой информации; деятельность по предоставлению научно-технической, правовой, статистической, социально-экономической, финансовой, коммерческой, отраслевой и прочей информации).

5) Деятельность по изучению общественного мнения.

Современная коммуникативная среда (во многом благодаря уровню развития информационно-коммуникативных технологий) имеет довольно сложную структуру и одновременно предоставляет огромные возможности своим участникам.

6) Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов;

4) работа со средствами массовой информации

МАУ «Управление общественных связей», выполняя свои задачи, ориентируются и на задачи СМИ.

СМИ выполняют не только информационную, но и познавательно-просветительскую функцию.

6) Издательская и полиграфическая деятельность. Цель издания – обеспечить коммерческий успех, а также осуществить по иск, сбор, анализ, написание и распространение достоверной общественно-политической, культурной, деловой и развлекательной информации.

7) Прочие виды издательской деятельности;

В целях совершенствования деятельности МАУ «Управление общественных связей нами разработаны следующие мероприятия:

1. повысить интерес населения к проблемам города Заречного. Дать возможность почувствовать свою причастность в решении этих проблем;

2. на уровне муниципалитета должны быть созданы соответствующие условия и механизмы для внедрения информационно-коммуникационных технологий, а также эффективного использования уже имеющихся информационных ресурсов;

3. работать над повышением использования жителями электронными ресурсами;

4. организовать информирование и популяризацию среди населения идей местного самоуправления, разъяснение основных положений реформы, прав и возможностей по участию в местном самоуправлении; Гражданам необходимо максимально четко осознать свои права и обязанности.

Список использованных источников

1. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-ФЗ // Российская газета. 1992. – 08 февраля.

2. О закрытом административно-территориальном образовании: закон Российской Федерации от 14.07.1992 № 3287-1 [Электронный ресурс] Дата обновления: 30.10.2017. Доступ из Справочной правовой системы «Консультант Плюс» - 2018

3. О Государственной тайне: Закон Российской Федерации от 21.07.1993 № 5485-1 [Электронный ресурс] Дата обновления: 03.12.2016. Доступ из Справочной правовой системы «Консультант Плюс» - 2018

4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ [Электронный ресурс] Дата обновления: 18.04.2018. Доступ из Справочной правовой системы «Консультант Плюс» - 2018

5. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ [Электронный ресурс] Дата обновления: 21.07.2016. Доступ из Справочной правовой системы «Консультант Плюс» - 2018

6. О персональных данных: федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ [Электронный ресурс] Дата обновления: 21.07.2014. Доступ из Справочной правовой системы «Консультант Плюс» - 2018

7. Антипова В.Г. Развитие информационно-коммуникативных связей органов местного самоуправления. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. — Москва, 2012. — 24 с.

8. Ахметова Е.А. Правовое регулирование PR –деятельности в России// В сборнике: Менеджмент и маркетинг в различных сферах деятельности. Уфа. 2016. - С. 49-51

- 9.Бануляк Н.А. Службы по связям с общественностью в органах муниципальной власти//Социология власти. – 2015. - № 5. – С. 165-171
- 10.Барсукова Е.Н. Регулирование общественных отношений в сфере PR// Экономика и социум. 2016. - № 5-1 (24). - С. 229-232
- 11.Белькова А.Е., Яцик В.В. Связи с общественностью в органах местной власти: понятие и функции// В сборнике: Восемнадцатая всероссийская научно-практическая конференция Нижневартовского государственного университета. – 2016.- С. 231-235
- 12.Василенко И.А. Связи с общественностью в органах власти - М.: Кнорус, 2016. - 232 с.
- 12.Воеводина Е.В. Информационная работа в современных службах по связям с общественностью и СМИ// В сборнике: Наследие Ю.И. Селезнева и актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории. – 2015. – С. 344-346
- 14.Гавра Д.П. Категория социального института в социологии // Регион. Политика, Экономика. Социология. 1999. - № 1-2. - С. 79-83
- 15.Гавриленко К.И. Понимание как ключевая проблема в связях с общественностью// Вестник Адыгейского государственного университета. – 2015. - № 4. – С. 47-52
- 16.Герасимова Г.И. Связи с общественностью как социальный институт современного российского общества// Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политики. – 2016. - № 2. - С. 21-24
- 17.Герасимова, Г.И. Связи с общественностью: объектно-предметная область исследования // Теория и практика общественного развития. - 2015. - № 4. - С. 41–46
- 18.Гнездова Ю.В. Необходимость организации социального пиара в России// Проблемы современной науки и инновации. – 2017. - № 5. - С. 48-55
- 19.Зайцева А.В. Диалог в институциональной среде взаимодействия государства и гражданского общества// Вестник Костромского

государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2016. Т.13 - № 3. - С. 313-318

20. Ильин А.С. Российское законодательство в области коммуникации// Коммуникология. - № 1 Т. 3 2015. - С. 155-173

21.Касьянова Е.М. СМИ как инструмент связей с общественностью// В книге: Медийные стратегии современного мира. – 2017. – С. 457-459

22. Князев Р.М. Социально-управленческие проблемы информационной открытости муниципальной власти // Молодой ученый. - 2016. - № 7. - С. 82–85.

23.Коданина А.Л. Связи с общественностью в органах государственной власти и управления// Социология власти. – 2015. - № 2. - С. 218-227

24.Колонтаевская И.Ф. Организационно-правовые основы правового регулирования PR-деятельности в Российской Федерации// В сборнике: Научные труды Московского университета имени С.Ю. Витте. Москва, 2016. - С. 69-75

25.Макарычева М.О. Правовое регулирование в сфере PR// В сборнике: Перспективы развития науки и образования. 2016. - С. 69-71

26.Маркина О.В. Анализ подходов к оценке эффективности кампаний по связям с общественностью// Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2017. – Т. 12. - № 33. – С. 165-168

27.Матросова Е.Г. Роль связей с общественностью во взаимодействии органов власти со СМИ// Социально-гуманитарные знания. – 2016. - №9. – С. 177-184

28.Мезина Л.Г. Функции и нормы PR как социального института. В книге: коммуникативный менеджмент: технология, инструменты нового времени. 2012. - С. 42-45

29.Мухамедова Ю.В. проблемы правового регулирования PR-деятельности// В сборнике: Научно-технический прогресс и современное общество. 2017. - С. 653-660

- 30.Ратова А.А., Резниченко Д.А., Кобцева О.Н. Становление и развитие социального института PR в России// В сборнике: Экономика и управление: актуальные вопросы теории и практики. 2015. - С. 206-210
- 31.Рева Ю.В. Институционализация связей с общественностью в современном российском бизнесе// регионология. – 2014. - № 1. - С. 264-267
- 32.Руф Н.А. Место связей с общественностью в органах власти// В сборнике: Образование и наука в современных условиях. – 2017. - С. 375-378
- 33.Седов Л.А. Институт социальный. // Современная западная социология. М., 1990. - 257 с.
- 34.Смелзер Н. Социология. – М., «Феникс», 2002. - 688 с.
- 35.Смолева С.С. PR-деятельность в социально-политической сфере: исторический ракурс// Вестник Московской государственной академии делового администрирования. 2012. - № 3(15). - С. 123-128
- 36.Стриганкова В.В. Специфика труда PR-специалиста// Бизнес. Образование. Право. – 2017. - № 1. – С. 94-97
- 37.Филаткина И.В. Связи с общественностью, рекламная деятельность, взаимодействие с местными СМИ// Вестник Дальневосточной государственной научной библиотеки. – 2016. - № 3-4(64-65). – С. 62-66
- 38.Фоменко В.И., Дубова Ю.И. Организация эффективной деятельности по связям с общественностью в органах муниципальной власти// Научный альманах. – 2016. - № 12-1(26). – С. 292-294
- 39.Чугунов А.С. Работа службы по связям с общественностью в органах местного самоуправления (российский и зарубежный опыт)// Вестник Российской университета дружбы народов. – 2015. – С. 90-95
- 40.Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика/ А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — М.: Дело, 2016. - 536 с.
- 41.Чурилина Е.Н. Формирование имиджа государственной власти как ключевого направления в деятельности органов власти по связям с общественностью// Юридический факт. – 2017. - № 9. - С. 4-6

42.Шалимова Л.А., Толбузина Т.В. Исторические основы связей с общественностью и их современная правовая регламентация// Власть. – 2017. - № 2. - С. 73-77

43.Шелеп И.А. О двойственности институциональной природы профессии public relations// Личность. Культура. Общество. 2015. - Т. XII. -№ 3 (57-58). - С. 260-266

44.Щепаньский Я. Н. Элементарные понятия социологии. – М., «Прогресс», 1969. - 240 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Положение о Муниципальном автономном учреждении «Управление общественных связей» г. Заречного Пензенской области

УТВЕРЖДАЮ

Глава Администрации г. Заречного
Пензенской области

О.В. Климанов

" ____ " _____ 2018 г.

ПОЛОЖЕНИЕ

О муниципальном автономном учреждении «Управление общественных связей» города Заречного Пензенской области

1. Муниципальное автономное учреждение «Управление общественных связей» города Заречного Пензенской области, в дальнейшем именуемое МАУ «Управление общественных связей», создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 03.11.2006 года № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» и постановлением Главы города Заречного от 16.04.2008 года № 443 «Об учреждении муниципального автономного учреждения «Издательский центр» и муниципального печатного средства массовой информации «Ведомости Заречного», постановлением Администрации города Заречного от 03.11.2009 № 1748 «Об изменении наименования муниципального автономного учреждения «Издательский центр» города Заречного Пензенской области».

2. МАУ «Управление общественных связей» в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, указами и распоряжениями Президента Российской Федерации, постановлениями и распоряжениями Правительства Российской Федерации, законами Пензенской области, постановлениями и распоряжениями Главы Администрации города Заречного, постановлениями Администрации города Заречного, правовыми актами комитета по делам территориальных образований Пензенской области, а также настоящим Положением.

2. МАУ «Управление общественных связей» является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетный счет и иные счета в банках.

3. Штатная численность управления формируется в соответствии с постановлением Главы Администрации города Заречного

4. МАУ «Управление общественных связей» подчиняется непосредственно Администрации города Заречного

5. Руководство МАУ «Управление общественных связей» осуществляет директор, который назначается и освобождается от занимаемой должности Главой Администрации города

7. МАУ «Управление общественных связей»:

7.1. Организует и обеспечивает взаимодействие Главы Администрации города Заречного некоммерческими организациями (за исключением государственных и муниципальных учреждений), в том числе с организациями ветеранов.

7.2. Обеспечивает в пределах своей компетенции и в соответствии с законодательством реализацию мер по осуществлению государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории города Заречного

7.3. Формирует и ведет реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории города Заречного (далее – СО НКО), – получателей государственной поддержки в установленной сфере деятельности.

7.4. Участвует в подготовке совещаний и других мероприятий с участием Главы Администрации города Заречного или по поручению Губернатора Пензенской области по вопросам компетенции управления.

7.5. Организует проведение исследований, анализа и оценок в установленной сфере деятельности.

7.6. Организует и проводит фестивали, пресс-конференции, брифинги, интервью, совещания, семинары, творческие и иные конкурсы, выставки и встречи в установленных сферах деятельности, участвует в российских и международных выставках и ярмарках, конференциях, совещаниях и семинарах.

7.7. Осуществляет в пределах своей компетенции разработку и реализацию государственных программ города Заречного и ведомственных целевых программ.

7.8. Осуществляет рассмотрение обращений организаций и граждан по вопросам, отнесенным к компетенции управления.

7.9. Привлекает в установленном порядке для решения вопросов в установленной сфере деятельности научные и иные организации, ученых и специалистов.

7.10. Взаимодействует с органами местного самоуправления по вопросам поддержки некоммерческих организаций, методического обеспечения органов местного самоуправления и оказания содействия в реализации муниципальных программ поддержки СО НКО.

7.11. Запрашивает в установленном порядке у федеральных органов исполнительной власти, их территориальных органов, органов исполнительной власти города Заречного, органов местного самоуправления, организаций информацию по вопросам, входящим в компетенцию управления.

7.12. Участвует в формировании совещательных органов (советов, комиссий, групп и др.), создаваемых комитетом для рассмотрения вопросов, входящих в компетенцию управления.

7.13. Участвует в заседаниях и совещаниях федеральных органов исполнительной власти, их территориальных органов, органов исполнительной власти города Заречного, органов местного самоуправления, организаций по вопросам, отнесенным к сфере деятельности управления.

7.14. Запрашивает и получает в установленном порядке справочно-информационные материалы от руководителей органов исполнительной власти города Заречного, а также организаций, находящихся на территории города Заречного.

7.15. Организует проведение социального прогнозирования процессов и определяет приоритеты ветеранского движения в города Заречном

7.16. Создает условия для взаимодействия районных (городских) ветеранских организаций Волгоградской области с органами исполнительной власти, органами местного самоуправления, муниципальными образованиями Волгоградской области в решении социально-экономических проблем ветеранов.

7.17. Оказывает содействие организациям ветеранов, осуществляющих деятельность на территории города Заречного в защите, реализации гражданских прав ветеранов всех категорий по улучшению их социально-экономического положения, жилищных условий, бытового, медицинского и других видов обслуживания.

7.18. Участвует в совершенствовании и развитии системы патриотического воспитания граждан города Заречного с участием организаций ветеранов.

7.19. Координирует деятельность органов исполнительной власти города Заречного, взаимодействует с Пензенской областной Думой, органами местного самоуправления, организациями и учреждениями, религиозными объединениями, творческими союзами, СО НКО, федеральными органами государственной власти по реализации государственной политики в отношении ветеранов.

7.20. Участвует совместно с организациями ветеранов, действующими на территории Волгоградской области, в организации работы по осуществлению общественного контроля за реализацией Федерального закона от 12.01.1995 № 5-ФЗ "О ветеранах".

7.21. Осуществляет подготовку проектов законов города Заречного, постановлений и распоряжений Главы Администрации города Заречного, постановлений Администрации города Заречного, иных правовых актов по вопросам, входящим в компетенцию управления.

7.22. Осуществляет подготовку и проведение заседаний совещательных органов в установленной сфере деятельности при Главе Администрации города Заречного и Администрации города Заречного.

7.23. Осуществляет сбор, обобщение и анализ информации о деятельности общественных советов при органах исполнительной власти города Заречного.

7.24. Размещает общедоступную информацию о деятельности на официальном портале Главы Администрации города Заречного

8. МАУ «Управление общественных связей» имеет право:

8.1. Запрашивать в установленном порядке от других организаций, структурных подразделений Администрации города Заречного, органов исполнительной власти города Заречного, органов местного самоуправления города Заречного, документы и информацию, необходимые для осуществления своих полномочий.

8.2. Вносить предложения Главе Администрации по вопросам совершенствования работы МАУ «Управление общественных связей».

8.3. Давать юридическим и физическим лицам разъяснения по вопросам, отнесенным к сфере деятельности управления.

8.4. Координировать работу СО НКО через согласование перспективных и текущих планов работы.

8.5. Участвовать в разработке программ, проектов, соглашений, договоров о сотрудничестве с СО НКО на территории города Заречного.

8.6. Осуществлять иные права, предусмотренные законодательством Российской Федерации и Пензенской области.

Приложение Б

Организационная структура управления МАУ «Управление общественных связей»

