

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**(ФГБОУ ВО «АмГУ»)**

Факультет филологический  
Кафедра русского языка и речевой коммуникации  
Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
И.О. зав. кафедрой  
\_\_\_\_\_ А.В. Блохинская  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_ г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему: Специальный PR-мероприятия как средство формирования положительного имиджа (на примере деятельности администрации г.Белгорска)

Исполнитель

студент группы 298 об

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

М.К. Гусарь

Руководитель

доцент, канд.филол.наук

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

И.А. Кунгушева

Нормоконтрль

ассистент

\_\_\_\_\_  
(подпись, дата)

А.С. Воронина

Благовещенск 2016

## РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 85 с., 6 рисунков, 42 источника, 3 приложения.

ИМИДЖ, ПИАР, МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, АДМИНИСТРАЦИЯ, МЕРОПРИЯТИЯ, ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА

Целью данной работы является: исследовании специальных мероприятий, как источника формирования имиджа муниципального образования.

Объектом исследования данной работы являются имидж муниципального образования.

Предметом исследования является формирование имиджа муниципального образования с помощью PR-мероприятий.

Научная новизна выпускной квалификационной работы определяется как самой научной проблемы, так и полученными результатами, в частности:

- осуществлен комплексный подход к изучению понятия имидж;
- дано понятие активного имиджа;
- осуществлено исследование формирования имиджа муниципального образования и предложены мероприятия по его формированию.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов в создании положительного имиджа муниципального образования, а также в работе «спецсеминара технологии связей с общественностью».

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Функциональная роль формирования имиджа муниципального образования	8
1.1 Понятие имиджа муниципального образования	8
1.2 Технологии и методы формирования имиджа муниципального образования	17
1.3 Специальное PR-мероприятие как способ построения имиджа муниципального образования	22
2 Формирование имиджа муниципального образования (на примере администрации г. Белогорска)	32
2.1 Анализ имиджа администрации муниципального образования г. Белогорска	32
2.2 Роль PR-отдела в формировании позитивного имиджа администрации г. Белогорска. Средства формирования имиджа администрации г. Белогорска	49
3 Проект организации и проведения специальных PR-мероприятий для поддержания положительного имиджа администрации г. Белогорска	54
Заключение	64
Библиографический список	66
Приложение А Структура Администрации муниципального образования. г. Белогорск	69
Приложение Б Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г.	70
Приложение В График мероприятий «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» в 2016 году	84
Приложение Г Управление Администрации города Белогорск. Пресс-релиз о проведении дня открытых дверей	85

## ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях трансформации российского общества проблемы, связанные с имиджем различных социальных институтов и государственных организаций России, в последнее время обсуждаются активно.

Имидж создается для населения, он служит проводником между населением и властью, то есть имидж – это средство воздействия на массовое сознание. От технологий, используемых при формировании имиджа, во многом зависит принятие важных решений, а также то, как будет воспринята власть общественностью. В формировании имиджа руководителя властных структур ведущую роль играют СМИ, поскольку СМИ являются посредником между населением и местной властью, именно из средств массовой информации население получает большую часть информации о функционировании органов муниципальной власти, в результате чего у него складывается представление о качестве решений местных задач.

Имидж формируется в ходе коммуникационных процессов как результат символического взаимодействия социальных групп и самого лидера, который концентрирует социальные ожидания и находит уникальные формы их выражения.

В настоящее время наметились тенденции использования целого комплекса информационных манипулятивных технологий, целью которых является внедрение установок и стереотипов в массовое сознание, подвигнуть массы на принятие необходимых решений и действий. Одна из особенностей современной техники манипулирования, в первую очередь осуществляется через печатные издания и телевидение, которые создают «имиджи» и несут оценочный характер. Использование этих технологий, направлено на создание определенного эмоционального настроения и психологических установок у аудитории. Это и обусловило актуальность темы исследования.

Целью данной работы является: исследовании специальных мероприятий, как источника формирования имиджа муниципального образования.

Объектом исследования данной работы являются имидж муниципального образования.

Предметом исследования является формирование имиджа муниципального образования с помощью PR-мероприятий.

Достижение данной цели осуществляется через решение следующих задач:

- изучить теоретические и методологические основы исследования имиджа органов власти;
- проанализировать технологию формирования имиджа местных органов власти, выявить специфику данного имиджа;
- определить методы и средства формирования имиджа муниципального образования;
- изучить специфику организации специальных PR-мероприятий.
- провести анализ имиджа муниципального образования;
- разработать основные рекомендации и предложения по развитию имиджа администрации г. Белогорска.

Для решения поставленных задач в работе используются такие методы как:

- 1) теоретический анализ научной литературы по PR-деятельности;
- 2) описательный метод;
- 3) метод наблюдения;
- 4) метод количественного анализа и сравнения.

Методологической основой для данной работы послужили работы таких авторов как: А.Н. Чумиков, В.М. Маслова, А.А. Лобанов, С.А. Варакута, М.И. Тимофеев, В.Ф. Кузнецов И.М. Синяева и др.

Материалом исследования послужили PR-проекты и PR-деятельность администрации г. Белогорска.

Научная новизна выпускной квалификационной работы определяется как самой научной проблемы, так и полученными результатами, в частности:

- осуществлен комплексный подход к изучению понятия имидж;

- дано понятие активного имиджа;
- осуществлено исследование формирования имиджа муниципального образования и предложены мероприятия по его формированию.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов в создании положительного имиджа муниципального образования, а также в работе «спецсеминара технологии связей с общественностью».

Во введении дано обоснование актуальности и значимости темы, цели, и задач, объекта и предмета работы, разработанность темы, научная новизна и вклад автора в работу.

В первой главе рассматриваются понятия, определения, виды, функции имиджа, основные его составляющие, а также формирование имиджа властных структур.

Во второй главе приведена краткая характеристика муниципального образования – г. Белогорск, так же исследован и проанализирован имидж администрации г. Белогорска и изучена роль PR-отдела в формировании позитивного имиджа администрации г. Белогорска, а также рассмотрены средства формирования имиджа администрации г. Белогорска

В третьей главе предложены проект организации и проведения специальных PR-мероприятий для поддержания положительного имиджа администрации г. Белогорска.

# 1 ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

## 1.1 Понятие имиджа муниципального образования

Проблема формирования позитивного имиджа в современных условиях актуализируется для всех без исключения элементов современного российского общества – от отдельного человека, вне зависимости от рода его деятельности, до органов управления всех уровней власти. Для органов местного самоуправления, в лице муниципальной администрации, задача целенаправленного формирования собственного позитивного имиджа представляется особенно актуальной. По мнению А.Н. Чумикова «успешное решение такой задачи позволяет обеспечить муниципальной власти необходимый уровень доверия со стороны населения, поддержку проводимой на территории муниципального образования социально-экономической политики. В то же время на практике целенаправленное формирование собственного имиджа муниципальной администрацией является скорее исключением, нежели правилом»<sup>1</sup>. В результате современные исследователи все чаще констатируют отсутствие готовности у местного сообщества к участию в осуществлении местного самоуправления, в том числе вследствие закрепления в сознании негативного восприятия местной бюрократии.

Отчасти, отсутствие практических действий по формированию имиджа муниципальной власти связано с дефицитом научных работ по данному направлению. В современной научной литературе существует большое количество трактовок понятия «имидж»<sup>2</sup>. В самом общем виде его можно определить, как «сложившийся в массовом сознании, эмоционально окрашенный образ предмета или явления, носящий характер стереотипа». В свою очередь, категория «имидж органов местного самоуправления» в современных научных работах встречается не так часто. В.М. Маслова определяет его как «образ, создаваемый по заданной схеме, с целью вызвать в массовой аудитории желательное

---

<sup>1</sup> Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2015. С. 296.

<sup>2</sup> Там же. С. 296.

восприятие его объекта и, соответственно, ту или иную активность в поведении населения. С учетом специфики механизма формирования имиджа муниципалитета, данное определение может быть расширено. В таком случае, под имиджем муниципальной администрации следует понимать обладающий характером стереотипа образ, сложившийся под влиянием местных управленческих традиций, практики личного взаимодействия представителей исполнительно-распорядительного органа власти с гражданами, а также информационной политики, проводимой средствами массовой информации»<sup>3</sup>.

«Основными каналами формирования имиджа являются местные средства массовой информации, пресс-службы, прямые контакты муниципальных служащих с населением. Каждое отдельное взаимодействие ее представителей с населением, другими органами власти, профессиональными и общественными объединениями определяет содержание образа муниципальной администрации в сознании местного сообщества».

В связи с этим, в работе органа исполнительной власти муниципалитета одинаково важны как профессионализм муниципальных служащих при взаимодействии с представителями местного сообщества, так и профессиональные навыки руководителя администрации при осуществлении контактов с органами государственной власти региона, профессиональными и общественными союзами.

Структура имиджа муниципальной администрации, по мнению А.Н. Чумикова может быть конкретизирована следующими составными элементами<sup>4</sup>:

– имидж профессиональных функций и муниципальных услуг, предоставляемых администрацией. Он подразумевает представление о роли и значении местной администрации в качестве функциональной единицы в структуре органов местного самоуправления, о качестве предоставляемых ее специалистами услуг, сложившееся в среде местного сообщества;

– внутренний имидж: характеризует представления, сложившиеся в среде

---

<sup>3</sup> Маслова В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом. М., 2015. С. 176.

<sup>4</sup> Игнатьев Д.В. Настольная энциклопедия. М., 2015. С. 220.



муниципальной бюрократии, о назначении и роли института местного самоуправления, целях и направлениях его развития;

– имидж руководителя местной администрации, ее структурных подразделений, а также отдельных функциональных единиц – муниципальных служащих;

– социальный имидж: целостное представление местного сообщества об институте местного самоуправления и муниципальной администрации, как его отдельном элементе;

– деловой имидж: представление хозяйствующих субъектов, представителей деловых кругов о предпринимательских возможностях, предпринимательской активности, а также о деловой культуре муниципальной администрации в лице ее представителей. На основании данных оценок строится представление об общей инвестиционной привлекательности муниципального образования<sup>5</sup>.

Конечная цель формирования имиджа местной администрации – это закрепление в сознании жителей муниципалитета, муниципальных служащих, других субъектов взаимодействия положительного образа исполнительной структуры власти. Так, для жителей администрация муниципального образования должна представляться информационно-открытой, социально-ответственной структурой.

Для муниципальных служащих достижение цели формирования имиджа муниципальной администрации предполагает переосмысление самого понятия «муниципальная служба» – с «построения карьеры» до «служения народу». Цель формирования имиджа администрации по отношению к предпринимательскому сектору – это закрепление роли исполнительной структуры, как равноправного партнера в деловых отношениях. Таким образом, определенные представления об администрации муниципального образования в совокупности должны дать единый, целостный позитивный облик исполнительного органа местного самоуправления.

---

<sup>5</sup> Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2015. С. 296.

Достижение главной цели формирования позитивного имиджа муниципальной администрации возможно посредством решения ключевых задач, предполагающих целенаправленное формирование ее положительного восприятия в сознании жителей. Такими задачами, на наш взгляд, следует считать:

- повышение эффективности деятельности по взаимодействию местной администрации с общественностью (расширение представления о проблемах, волнующих жителей; формирование представления о доступности представителей власти для простых людей);

- обеспечение роста доверия к администрации муниципального образования со стороны населения;

- обеспечение поддержки деятельности местной администрации со стороны населения муниципалитета;

- обеспечение информационных каналов для формирования либо внесения изменений в массовое представление о муниципальной администрации;

- повышение престижа администрации муниципального образования в восприятии населения <sup>6</sup>.

В.М. Маслова считает. Что «формирование позитивного имиджа администрации муниципального образования – это актуальная задача, на решение которой должен быть направлен целый комплекс последовательных мер. В основе формирования позитивного имиджа должен лежать ряд принципов, среди которых следует отметить принципы повторения, принцип непрерывного усиления воздействия, принцип «двойного вызова»» <sup>7</sup>.

Принцип повторения предполагает учет в деятельности по формированию позитивного имиджа администрации свойств человеческой памяти – запоминается только та информация, которая неоднократно дублируется. Кроме того, следует учитывать фактор времени – чтобы информация из декламируемой извне переросла во внутреннее убеждение человека, необходимо определенное количество времени.

---

<sup>6</sup> Харрисон Ш. Связи с общественностью. СПб., 2012. С. 368.

<sup>7</sup> Маслова В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. М., 2015. С. 176.

Еще одним, немаловажным принципом, по мнению А.А. Лобанова является «принцип непрерывного усиления воздействия, предполагающий последовательное, дозированное наращивание аргументированного и эмоционального посыла к местному сообществу. Особое значение данный принцип приобретает на начальной стадии целенаправленного формирования имиджа местной администрации».

Принцип «двойного вызова», наряду с вышеперечисленными, учитывает особенности психологического восприятия личности. В соответствии с данным принципом информационное воздействие должно быть направлено не только на сознательный уровень восприятия, но и на уровень подсознания.

Учет данных принципов в работе по целенаправленному формированию позитивного имиджа будет способствовать повышению эффективности данной деятельности.

Ряд авторов, в том числе А.А. Лобанова <sup>8</sup>, отмечают необходимость «структурных преобразований в муниципальной администрации, направленных на проведение регулярной целенаправленной работы по формированию имиджа органа исполнительной власти муниципалитета. Специализированная служба по связям с общественностью, по мнению данных авторов, призвана решить проблему позиционирования властных структур в среде местного общества.» Как отмечается в публикациях по данной тематике, «служба общественных связей, в настоящее время, должна стать неотъемлемой частью структуры муниципальной администрации. Следует подчеркнуть, что формальное наименование службы по связям с общественностью не имеет принципиального значения.»

Важно отметить, что все службы по связям с общественностью должны использовать в качестве механизма своей деятельности учет и согласование интересов (диалого-паритетный тип связей с общественностью) и не должны быть средством одностороннего воздействия на целевую аудиторию (пропагандистский тип связей с общественностью).

---

<sup>8</sup> Лобанова А.А. Внутренний сбой. Шесть ошибок внутреннего PR. СПб., 2011. С. 190.

В современных условиях, по мнению исследователей, процесс формирования имиджа муниципальной администрации осложнен рядом обстоятельств.

Во-первых, речь идет о феномене ассоциативного имиджа. Речь идет о явлении переноса в общественном мнении устоявшихся оценок, имиджевых представлений с тех или иных типичных или привычных действующих субъектов в обществе на других субъектов, чаще всего деятельностно с ними связанных.

Этот феномен особенно ярко проявляется в автоматическом переносе населением на органы местного самоуправления своих социальных ожиданий, причем неразрешенность этих ожиданий по объективным социально-политическим причинам естественно работает на формирование негативного имиджа местной администрации. Это положение требует понимания и профессионального реагирования исполнительного органа муниципальной власти в целях формирования положительной противодействующей составляющей имиджа.

Другим проявлением этого феномена является перенос в общественном мнении негативных проявлений в поведении отдельных представителей властных структур (коррупция, злоупотребление властью, хамство), охотно тиражируемых в СМИ, на всех носителей властных полномочий, в т.ч. и местных функционеров<sup>9</sup>. Противодействием здесь являются не только открытость и гласность в работе местной администрации и исключение любых случаев укрывательства нарушений, но и целенаправленное формирование положительного имиджа местных муниципалов на достойных примерах.

Во-вторых, требует внимания проявление феномена «отсутствия при наличии», проявляющееся в практическом отсутствии PR-предъявления обществу местной администрации в центральных СМИ. Являясь «рабочим» институтом социально-экономического развития муниципальных образований, муниципальная администрация не представляет «острого» интереса для СМИ, тем

---

<sup>9</sup> Федотова Л.Н. Паблик рилейнз и общественное мнение. СПб., 2015. С. 352.

более – центральных, за исключением сенсационных случаев.

Наличие немногочисленных, но достаточно профессиональных специализированных изданий по теории и практике местного самоуправления картины не меняет, поскольку предпослано ограниченному кругу муниципальных функционеров. Выход из данной ситуации видится в значительном усилении целенаправленной PR-активности по формированию позитивного имиджа местной администрации на всех уровнях профессионального муниципального сообщества.

В-третьих, речь идет о феномене профессиональной автаркии – ненайденном пока в деятельности местной администрации и их объединений оптимальном соотношении неизбежной и естественной профессиональной автаркии (замкнутости, корпоративности) и реализации публичной миссии по формированию гражданских характеристик местных сообществ.

Успешность имджмейкинга местной администрации может быть оценена по наличию либо отсутствию в образе, сформированном в сознании большинства жителей муниципального образования, таких характеристик местной администрации как доступность, информационная открытость, компетентность, законность, честность, доверие, отзывчивость, социальная ответственность.

Доступность, как элемент имиджа администрации муниципального образования, подразумевает наличие ряда условий, обеспечивающих наибольшую приближенность муниципальных служащих к населению.

Во-первых, следует говорить о том, что администрация, ее сотрудники, оказываемые ими муниципальные услуги одинаково доступны всем жителям муниципалитета вне зависимости от пола, возраста, материального положения и иных критериев.

Во-вторых, доступность местной администрации предполагает осознание ее большинством жителей и самими муниципальными служащими не в качестве обособленно стоящего привилегированного сословия, а как части единого местного сообщества, представляющей интересы всех жителей муниципалитета.

В свою очередь, под информационной открытостью следует понимать наличие в открытом доступе информации об администрации, ее сотрудниках, основных направлениях работы. Жители муниципалитета должны иметь представления о тех способах взаимодействия с муниципальными служащими, которые предусмотрены администрацией, а также о том, каким образом ими можно воспользоваться. Представляемая информация должна быть полезной и достаточной формирования целостного представления о роли местной администрации в процессе управления социально-экономическим развитием территории.

Как считает А.А. Лобанов, «компетентность муниципальных служащих – это не только составляющая позитивного имиджа местной администрации, но и необходимое условие поступления на муниципальную службу, предъявляемое законодательством как федерального, так и регионального уровней. Компетентный специалист – это, прежде всего, человек, обладающий знаниями, умениями и навыками, необходимыми для выполнения должностных обязанностей на требуемом высоком уровне»<sup>10</sup>.

По мнению того же А.А. Лобанова «компетентный чиновник – это профессионал, который обладает всей необходимой для полноценного выполнения функциональных обязанностей информацией, умеет ее анализировать и принимать на ее основе управленческие решения. Компетентность – как элемент позитивного имиджа администрации – важнейшее условие, обеспечивающие доверие граждан, желание сотрудничать с властью»<sup>11</sup>.

Законность, применительно к имиджу местной администрации, следует определять как соответствие деятельности администрации, ее сотрудников, принимаемых управленческих решений требованиям законодательства. Отсутствие коррупции, бюрократизма среди местного чиновничества – основное содержание законности власти.

Честность в деятельности местной администрации, представляет собой

---

<sup>10</sup> Лобанова А.А. Внутренний сб. Шесть ошибок внутреннего PR. СПб., 2011. С. 190.

<sup>11</sup> Там же. С. 190.

достижение намеченных целей развития муниципалитета и выполнение данных жителям муниципального образования обещаний. Если местные чиновники стремятся к достижению декларируемых целей, то и сами местные жители стремятся помочь власти. Честная власть – это власть,

Доверие к власти со стороны местных жителей неразрывно связано с честностью властных структур по отношению к ним. Доверие местного сообщества к муниципальной администрации отражается на всей жизни муниципального образования: начиная от налоговой политики и заканчивая благоустройством территории.

В связи с этим, тот факт пользуется ли власть доверием населения или нет, во многом определяет позитивный или негативный имидж сложился у нее в восприятии местного сообщества.

Обращаясь в местную администрацию, жители надеются получить помощь: материального, организационного, юридического, а, иногда, и просто информативного толка.

Чаще всего люди, обращаясь к представителям власти, заранее настроены агрессивно, что во многом объясняется теми стереотипами и тем стихийно сформированным имиджем, который сложился в восприятии жителей муниципалитета по отношению к местной власти. А образ местной администрации, стремящейся прийти на помощь своим гражданам, – необходимый элемент позитивного имиджа данной структуры.

По мнению А.Н. Чумикова «социальная ответственность власти является обязательным условием поступательного развития всего муниципального образования, становления гражданского общества.

Только социально ответственная власть может рассчитывать на поддержку со стороны местного сообщества и сотрудничество с гражданами при принятии общественно значимых решений».

Под социальной ответственностью, как элементом позитивного имиджа муниципальной администрации, следует понимать «осознание местной администрацией в лице ее чиновников собственной роли в социально-

экономическом развитии муниципального образования, повышении качества жизни его граждан»<sup>12</sup>. Собственно говоря, низкий уровень социальной ответственности местной власти порождает традиционные стереотипные суждения в обществе, отождествляющие властные структуры всех уровней, в том числе и местной администрации, с преступными, коррумпированными организациями, заинтересованными лишь в собственной выгоде.

В связи с этим, процесс формирования позитивного имиджа администрации неразрывно связан с закреплением за ней образа социально ответственной властной структуры. Как уже упоминалось, наличие либо отсутствие перечисленных характеристик, либо некоторых из них, позволит сформировать общее представление о том, каков имидж местной администрации в настоящее время, и каких корректировок он требует в будущем.

Таким образом, в настоящее время жители муниципального образования выступают не только в роли потребителей муниципальных услуг, но и являются субъектом оценки работы местных органов власти. В связи с этим, проведение целенаправленной работы по формированию позитивного имиджа органов местного самоуправления, в частности, муниципальной администрации, приобретает большое значение для успешного развития муниципального образования и повышения качества жизни его жителей.

## **1.2 Технологии и методы формирования имиджа муниципального образования**

Эффективность товарного обмена в торговле определяется как отношение Созданию и диагностика имиджа муниципального образования всегда будет сопряжена с применением конкретных, теоретически обоснованных и подтвержденных практикой технологий, при этом отправной точкой является выбор варианта обновления текущего имиджа (рисунок 1).

Для выявления и формирования имиджа муниципального образования характерна следующая схема деятельности органов муниципального управления

---

<sup>12</sup> Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2015. С. 296.



(рисунок 2).

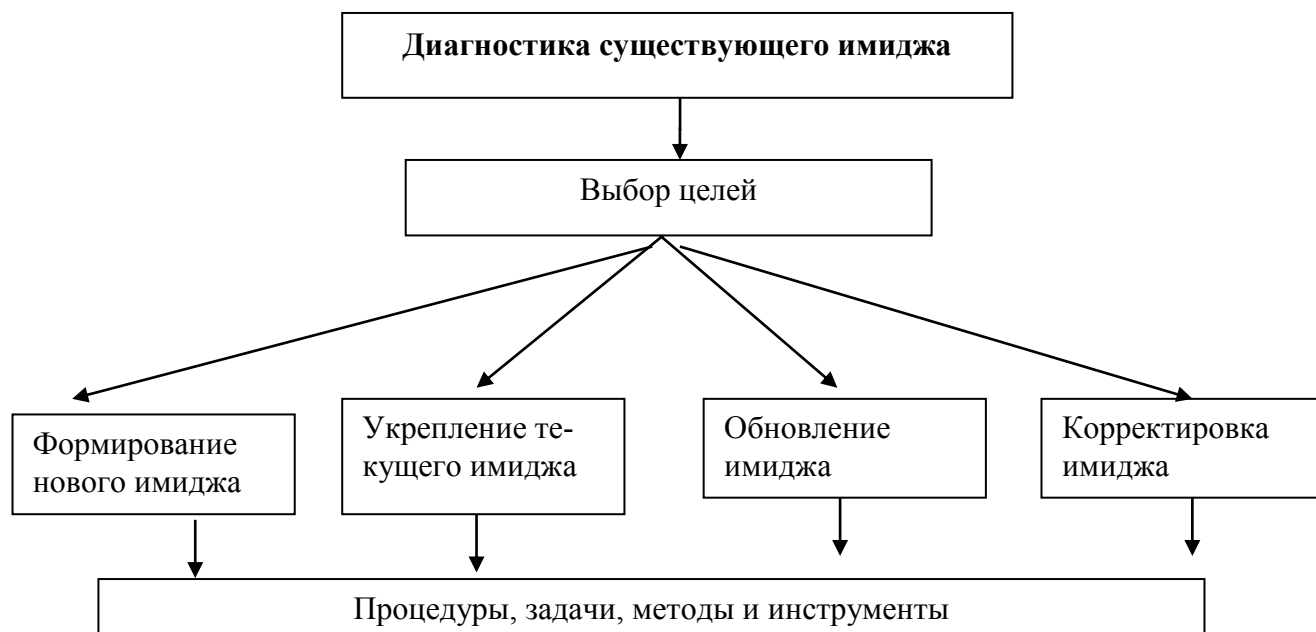


Рисунок 1 – Диагностика существующего имиджа



Рисунок 2 – Схема деятельности органов муниципального управления

Технологии формирования и продвижения имиджа разнообразны. Одни из них служат для обеспечения всего жизненного цикла существования имиджа, другие носят краткосрочный характер и используются в определенных ситуациях, например, при его корректировке. В основе технологий формирования имиджа муниципальных образований должно лежать то или иное действие или событие в жизни, которые могут послужить предпосылкой формирования благосклонного расположения общественности. На наш взгляд, при формировании имиджа муниципального образования огромную роль играет разработка концепции развития муниципального образования (рисунок 3).



Рисунок 3 – Разработка концепции развития муниципального образования  
Основными технологиями, которые могут применяться при формирова-

нии имиджа муниципальных образований являются социальная и политическая реклама, а также психологические технологии (формирование имиджа с опорой на «идеальный образ», сценарный подход, или «событийный ряд», социально-психологический феномен «контраста» и «подобия», использование некоторых закономерностей социальной перцепции, вербальные и лингвистические приемы, методы политической мифологии).

Наиболее эффективной технологией на муниципальном уровне, на наш взгляд, является социальная и политическая реклама. Она представляет собой такую форму направленного безличного обращения к человеку, которая в условиях свободного и конкурентного выбора информации нацелена на создание у него позитивного образа социального или политического товара (кандидата, института, символа), предполагающего и мобилизующего его на соответствующую поддержку<sup>13</sup>. Конечная цель рекламы состоит в том, чтобы в эмоциональной и лаконичной форме донести до человека суть информации и тем самым не только сформировать позитивное отношение к ним со стороны как можно больше широкого круга граждан, но и побудить их к реальным действиям, направленным на их поддержку.

Рекламные технологии, согласно учебного пособия М.И. Тимофеева можно классифицировать следующим образом: «аудио и визуальные способы рекламирования; печатные способы передачи рекламных сообщений; методы наружной рекламы; приемы печатной рекламы; методика прямой почтовой рекламы; методы распространения рекламных сувениров; компьютеризированные формы рекламистики; проведение мероприятий по связям с общественностью.»<sup>14</sup> Соотношение указанных средств и способов рекламирования зависит, прежде всего, от того, на какую часть населения оно направлено. Каждый конкретный способ рекламирования предварительно тщательно продумывается, определяются главные цели и средства распространения сообщений, выбираются место и время проведения акции, планируются источники финанси-

---

<sup>13</sup> Ньюсом Д. Все о PR. Теория и практика публик рилейшнз. М., 2013. С. 628.

<sup>14</sup> Тимофеев М.И. Связи с общественностью (публик рилейшнз). М., 2015. С. 158.

ния и формы оплаты. При этом принципиально важна централизация рекламных действий, т.е. согласование планируемых действий с другими проводимыми мероприятиями. Действенность рекламы во многом определяется каналами ее осуществления.

Согласно исследованиям, опубликованным С.А. Варакута «информацию о работе органов местного самоуправления население получает из следующих источников: телевидение – 53,86 %, газеты – 38,86 %, рассказы коллег, знакомых – 36,57 %, интернет – 21,43 %, повседневный опыт – 19,14 %, радио – 18,57 %, выступления главы – 11,43 %, информационные стенды – 9,00 %. то есть средства массовой информации по прежнему остаются главными источниками о деятельности органов местного самоуправления»<sup>15</sup>.

При формировании имиджа муниципальных образований реклама должна осуществляться в двух направлениях. Первое (внешнее) – это позиционирование муниципального образования за его пределами, второе (внутреннее) – в самом муниципальном образовании. Для каждого направления необходимо расставлять акценты, свидетельствующие об особенностях и потенциале развития муниципального образования. Например, если речь идет о внешнем позиционировании, то основное внимание следует уделять достижениям, результатам в какой-либо сфере деятельности, возможностям дальнейшего развития экономического, политического, культурного потенциала муниципального образования. Если позиционирование внутреннее, то в первую очередь необходимо подчеркнуть те особенности, которые свидетельствуют об уникальности данного муниципального образования, о способах повышения благосостояния жителей. Особое внимание следует уделить тем особенностям, которые способны объединить в единое целое всех граждан, проживающих на данной территории.

Начинать формирование имиджа целесообразно внутри муниципального образования. В этом случае основным получателем информации являются проживающие на его территории граждане. Именно от уровня их поддержки и доверия к органам местного самоуправления, к муниципальным служащим зави-

---

<sup>15</sup> Варакута С.А. Связи с общественностью. М., 2012. С. 246.

сит имидж муниципального образования в целом. Уровень доверия, а, следовательно, и имидж муниципального образования зависит не только от каналов распространения информации, но и от уровня информированности граждан о деятельности органов местного самоуправления и муниципальных служащих.

На данный момент наблюдается недостаточный уровень доверия органам местного самоуправления. Данное обстоятельство создает существенные барьеры в процессе формирования положительного имиджа муниципального образования. Более или менее ясно осознавая наличие подобных ограничений, субъекты формирования имиджа прибегают к непрямым и не всегда легитимным способам воздействия на население.

Таким образом, население должно участвовать в управлении городом местная власть и местное сообщество должны взаимодействовать по прямой и обратной связи. В развитом механизме прямой связи (от властных структур) должны быть заинтересованы сами граждане, чтобы быть «в курсе всех дел», ведь, в конечном счете, все это прямо или косвенно касается каждого гражданина лично. Система обратной связи (от населения к власти) позволяет населению информировать власть о своих проблемах, проблемах территории, реагировать на действия властей, давать оценку их деятельности и предлагать свои пути решения. Таким образом, формируется активный имидж местных органов власти

### **1.3 Специальное PR-мероприятие как способ построения имиджа муниципального образования**

Связи с общественностью обладают богатым репертуаром коммуникативных приемов, методов, технологий. А, как известно, чем шире репертуар, тем богаче возможности взаимодействия с общественностью, тем выше эффективность отношений. Один из интереснейших инструментов PR – это событийные коммуникации.

Во всей широте информации о продукции или услуге агентства, специализирующиеся на связях с общественностью, отдельные специалисты, работающие в этой сфере, а также структурные подразделения в организации, кото-

рые занимаются PR-сопровождением данной структуры в обществе, могут эффективно сконцентрировать внимание на продукте с помощью так называемых специальных событий.

Идея создания события в целях привлечения массового интереса появилась тысячелетия назад: еще римские правители обнаружили два важнейших рычага управления – хлеб и зрелища («Panem et circenses!»<sup>16</sup>). А технологический прием, называемый «организованное событие», обладающий сильным эмоциональным воздействием на целевую аудиторию, сохранил свою актуальность.

Так первыми в истории человечества событиями, вероятно, следует признать древние общественные и религиозные ритуалы: посвящение в войны, выборы вождя, празднование удачной охоты, жертвоприношения.

Со временем мероприятия становились всё изысканнее и сложнее. Появились общегородские и государственные праздники, стали проводиться коронации, масштабные религиозные действия, охватывающие целые континенты, и т.д.

В области бизнеса, в социальной и государственной сферах специальные события, обладающие ярким содержанием, четкой связью с организацией-инициатором и иными признаками, отличающими такое событие от всех остальных, стали известны позднее, а именно с развитием рыночного общества. Стали проводиться деловые мероприятия, направленные на обмен идеями и информацией, создаваться события с целью получения прибыли.

Один из классиков Public Relations Эдвард Л. Бернейз в XX веке открыл прием «создания событий» как основу для всей практики связей с общественностью. В информировании общественности Э. Бернейз отдавал приоритет не приемам, свойственным журналистике, а особым технологиям событийного конструирования. Э. Бернейз полагал, что «консультанты по связям с общественностью» должны владеть искусством и мастерством создания таких собы-

---

<sup>16</sup> Пасс Ю. Н. Внутренний PR: элементы успеха. СПб., 2015. С. 80.

тий.

Сам Бернейз был блестящим мастером создания событий. Одной из первых акций такого рода был общенациональный конкурс скульптур из кусочков мыла. «Заказчиком» конкурса выступала компания «Procter & Gamble». Целью конкурса было превратить мыло, вызывавшее у многих малышей малоприятные ассоциации, в одну из любимых игрушек, побуждающих их к творчеству. В течение года тысячи американских детей были вовлечены в настоящее соревнование.

Деятельность по организации и управлению событиями в международном бизнес-сообществе принято называть event management. Несмотря на то, что организация событий как специфическая форма деятельности существует с незапамятных времён, в самостоятельную отрасль она выделилась не так давно – примерно 15 лет назад, а до этого долгое время являлась составной частью других отраслей экономики: гостиничного бизнеса, туризма, шоу-бизнеса; часть функций по организации событий была возложена на отделы продаж, профессиональные ассоциации. Это тормозило развитие event-менеджмента как отдельной формы деятельности. Исследованиям, опубликованным С.А. Варакута считает, что «теперь в области «special events» появились профессиональные ассоциации (например, Международная ассоциация профессиональных организаторов событий – ISES), существует специализированная литература, сертификационные программы, в данной сфере можно получить высшее образование. Постепенно организация специальных событий становится признанной индустрией со своими технологиями, игроками рынка, легендами и традициями.»<sup>17</sup>

Но всё же нас интересует организация и проведение специальных событий, не как отдельная сфера деятельности, а как одно из направлений работы специалиста по связям с общественностью. Мы рассматриваем специальные события как один из инструментов public relations, посредством которого PR-специалист формирует, либо поддерживает имидж компании в глазах обще-

---

<sup>17</sup> Варакута С.А. Связи с общественностью. М., 2012. С. 246.

ственности.

Организация и проведение special events сильно влияет на общество в целом. В некоторых странах эта индустрия, приносящая государству многие миллиарды в виде налогов. С её помощью можно привлечь множество туристов (например, карнавалы в Рио-де-Жанейро или в Венеции посещают сотни тысяч человек), что становится значительной статьёй дохода для местных бюджетов. Проведение конференций, выставок, форумов помогает появлению деловых контактов и этим подстёгивает экономическое развитие.

Значение специальных событий для Public Relations трудно переоценить. Они создают условия и закладывают основу развития различных направлений PR<sup>18</sup>:

- 1) развитие партнерских отношений, в том числе – во внешнеэкономической деятельности;
- 2) привлечение инвестиций (investor relations);
- 3) отношения с органами государственной власти;
- 4) благотворительность и спонсорство;
- 5) формирование доброжелательных отношений с населением, другими организациями и предприятиями, муниципальной властью;
- 6) создание и развитие корпоративной культуры, ее традиций, ритуалов и т.д.

Особое значение специальные события играют для развития корпоративных коммуникаций, для работы со СМИ:

- 1) создают хорошие возможности прямых непосредственных контактов и знакомств, межличностного общения;
- 2) способствуют формированию и продвижению привлекательного имиджа организации и ее первых лиц;
- 3) строят условия для формирования круга друзей фирмы, обеспечивая им хорошие поводы для их публичности и продвижения привлекательного имиджа;

---

<sup>18</sup> Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., 2015. С. 296.



4) привлекают внимание общественности, обеспечивая хорошие возможности публицити фирмы, ее брэндов;

5) притягивают внимание СМИ, конкретных журналистов;

6) создают новостные поводы, фирма предстает ньюсмейкером, поставщиком «хороших новостей»;

7) обеспечивают работу со СМИ не «в угон», а создавая условия управления новостями и полноценного информационного менеджмента.

Чтобы реализовать указанные возможности PR-потенциала специальные события должны отвечать нескольким требованиям. Прежде всего, они должны быть реально настоящим событием. Только в этом случае мероприятие становится реальной новостью, привлекающей внимание общественности, а значит – и СМИ. Выполнить это требование можно в трех случаях: данное мероприятие должно быть социально значимым событием; на нем должны присутствовать знаменитости (крупные политики и высокопоставленные чиновники, религиозные деятели, известные ученые, знаменитые артисты, музыканты, писатели, художники, спортсмены), любое появление которых привлекает внимание СМИ и становится событием

Информация о событии обязательно должна появиться в СМИ. Силы и средства, затраченные на подготовку и проведение самого замечательного мероприятия, фактически, пропадут впустую, если такой информации не будет. Поэтому обязательно необходима рассылка пресс-релизов, а еще лучше – приглашение журналистов на мероприятие.

Сегодня многие исследователи, в частности И.М. Синяева останавливаются на следующих «характерных признаках специального события»<sup>19</sup>:

1) событие заранее планируется;

2) событие освещает деятельность компании с положительной стороны;

3) событие учитывает интересы целевых аудиторий;

4) событие устраивается ради того, чтобы о нем сообщили, в лучшем случае – для того, чтобы превратить его в традицию;

---

<sup>19</sup> Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. М., 2015. С. 300.

- 5) событие более драматизировано, чем «обычное» (обладает собственным сюжетом, интригой и т.д.);
- 6) немалую роль в событии играют различные знаменитости;
- 7) событие хорошо организовано, доступно для наблюдения, привлекает зрителей и участников;
- 8) о событии заранее информируют СМИ;
- 9) событие старается произвести сильное, незабываемое впечатление;
- 10) событие должно стать источником новостей;
- 11) событие порождает другие, аналогичные события <sup>20</sup>.

Совершенно иной набор признаков предлагает К.В. Антипов и в качестве основных характеристик события выделяет следующие:

- 1) «отнесенность к жизненному пространству.
- 2) принадлежность к магистральной линии жизни.
- 3) динамичность и кульминативность.
- 4) «сценарность».
- 5) неконтролируемость.
- 6) слабая структурированность.
- 7) целостность, отвлеченность от временной протяженности.
- 8) единичность, счетность» <sup>21</sup>.

По мнению В.Ф. Кузнецова «К широко используемым в практике паблик рилейшнз акциям или специальным событиям можно отнести:

- 1) выставки, ярмарки, фестивали;
- 2) встречи, семинары, «круглые столы», конференции, съезды, симпозиумы, конгрессы;
- 3) годовщины, юбилеи, знаменательные даты;
- 4) специальные премии, конкурсы;
- 5) дни открытых дверей, экскурсии по предприятию;
- 6) митинги, публичные дебаты, тематические вечера;

---

<sup>20</sup> Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 2015. С. 287.

<sup>21</sup> Антипов К.В. Паблик рилейшнз. М., 2013. С. 148.

- 7) банкеты, фуршеты;
- 8) соревнования, викторины и т.д» <sup>22</sup>.

Это далеко не полный перечень PR-мероприятий. Кроме того, в каждой стране, местности, где, как правило, сложились определенные исторические или политические традиции, такие мероприятия могут приобретать особую окраску. Это наиболее общий перечень разновидностей особых событий, другие авторы и исследователи предлагают совершенно иной, специфичный подход к классификации событий в области паблик рилейшнз.

И.М. Синяева выделяет «референциальные события» и «текстовые события». «Референциальные события – это реальные события действительности (первичные события), текстовые (вторичные) – это референциальные события, отраженные в телевизионном медиатексте или смоделированные журналистом» <sup>23</sup>. Применительно к теме данной работы нас, прежде всего, интересуют именно референциальные события, не отраженные в журналистском тексте, телевизионном сюжете или радио программе. Так из референциального события произошедшего в жизни субъекта PR (юбилей, подписание важного договора, годовщина открытия и т.п.) вполне может стать поводом для специального события, которое будет специально спланировано, организовано и проведено, с целью формирования или укрепления имиджа и деловой репутации во внешней или внутренней среде, реализации PR-задач и глобальных целей организации.

Современные эксперты предпочитают толковать событийную коммуникацию в самом широком смысле, относя к ее формам самые различные события – и «подлинные» (или естественные), и «специальные» (или искусственные).

К «подлинным» событиям относятся реально происходящие, например: выпуск новинки (от товара до услуги), достижение высоких качественных и прочих стандартов; открытие нового производства; юбилей, награждение; в крупных компаниях – серьезные изменения в управлении и т.д.

Ресурс естественных событий любой организации, как правило, невелик и

---

<sup>22</sup> Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. М., 2015. С. 300.

<sup>23</sup> Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 2015. С. 287.

вскоре перестает привлекать внимание искушенного потребителя. Тогда PR-специалист оказывается перед трудной задачей создания события.

Среди «искусственных» событий можно назвать конференции, дни открытых дверей, передачу пожертвований в благотворительные фонды, конкурсы и соревнования и т.д. Много зависит от творческих возможностей PR-менеджера. Это значит, что существенным признаком «специального события» являются целенаправленные шаги по его организации, осмыслению и распространению соответствующей информации.

Вместе с тем, использование «естественных» компонентов в организации «специального» события придает ему дополнительную убеждающую силу. Так, например, реальные петербургские «белые ночи» могут придать уникальный колорит одноименному фестивалю, для которого являются естественным фоном.

Как считает И.М. Синяева, «по своему эффекту искусственное событие способно даже превзойти естественное, выигрывая у него по ряду показателей:

- 1) доступнее для наблюдения и быстрее распространяется;
- 2) живее запоминается. специально подобранные участники увеличивают заинтересованность аудитории;
- 3) став традиционным, способно усилить производимое впечатление;
- 4) заранее анонсируется и рекламируется;
- 5) более драматизировано. Может планироваться так, чтобы содержать эффект неожиданности;
- 6) способно создавать другие псевдособытия <sup>24</sup>.

Специальные события, согласно исследования Д.В. Игнатьева. также «можно классифицировать по типам: деловые (дилерские форумы, конференции, форумы, конгрессы, деловые завтраки, мероприятия по связям с инвесторами); учебные или образовательные (семинары, тренинги); для прессы (пресс-конференции, пресс-туры); выездные мероприятия (презентации, мероприятия по стимулированию сбыта); развлекательные (корпоративные праздники, внут-

---

<sup>24</sup> Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 2015. С. 287.

рикорпоративные мероприятия для развития командного духа); торжественные (банкеты, фуршеты юбилеи, приём VIP-гостей); благотворительные (благотворительные обеды, концерты, акции по сбору средств); массовые (городские праздники, фестивали, выставки, концерты); спортивные (соревнования).»<sup>25</sup>

Остановимся более подробно на ещё одном не менее важном типе классификации специальных событий - по целевой аудитории (события для внутренней, внешней, комбинированной аудитории). Внутренняя аудитория – по мнению В.Ф. Кузнецова «это коллеги, те, кто работают вместе в одной компании, это аудитория где все друг друга знают, где множество неформальных связей и общая история. Для них проводятся: корпоративные праздники, юбилеи, торжества, семинары и т.д. Корпоративные события – одна из возможностей мотивации сотрудников, традиционный инструмент для сплочения коллектива. Они позволяют напрямую транслировать миссию компании, её цели и достижения.»<sup>26</sup> «Внешняя аудитория – это дилеры, партнёры, поставщики, потенциальные и реальные клиенты компании, СМИ. Для них мы организуем: деловые завтраки, семинары, банкеты, конференции, пресс-конференции и др.»

Следующей классификацией специальных событий, которую выделяет И.М. Синяева: «является финансовая:

– события, непосредственно приносящие прибыль, к ним условно можно отнести семинары, конференции, фестивали, выставки, концерты, аукционы, спортивные соревнования.

– самоокупающиеся, когда организация не ставит перед собой цели извлечь выгоду, не хочет особенно тратиться на его проведение, то есть покрывать затраты из собственных средств.

– событие, опосредованно приносящее прибыль – это пресс-конференции, презентации, церемонии открытия и т.п.

– бесприбыльные или планомерно убыточные события – корпоративные праздники, торжественные приёмы, юбилеи»<sup>27</sup>.

---

<sup>25</sup> Игнатъев Д.В. Настольная энциклопедия. М., 2015. С. 220.

<sup>26</sup> Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. М., 2015. С. 300.

<sup>27</sup> Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М., 2015. С. 287.

Итак, можно сделать вывод: формирование имиджа муниципального образования весьма актуально в настоящее время. Существует различные методы и процедуры формирования имиджа муниципального образования. Идея создания события появилась во времена Римской Империи. К нему предъявляются следующие требования: социальная значимость, присутствие СМИ и знаменитостей, культурная программа и т.д. Также были рассмотрены несколько классификаций событий: общая, финансовая, по типам, по направленности, по целевой аудитории, по территориальному охвату.

## 2 ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АДМИНИСТРАЦИИ Г. БЕЛОГОРСКА)

### 2.1 Анализ имиджа администрации муниципального образования г. Белогорска

Муниципальное образование город Белогорск входит в состав Амурской области, расположенной на юго-востоке Российской Федерации, в Дальневосточном федеральном округе страны.

Удаленность от центра России сглаживается выгодным транспортно-географическим положением города. Через Амурскую область проходит основной транспортный коридор Европа-Азия, включающий Транссибирскую железнодорожную магистраль (с выходом через территорию Хабаровского края на порты Приморья), а также Байкало-Амурскую магистраль (также с выходом к морю) и федеральная автотрасса Чита-Хабаровск.

Белогорск – крупный железнодорожный узел, расположенный на Транссибе (на всем своем протяжении электрифицированной железнодорожной магистрали), от него отходит линия с тепловозной тягой в направлении г. Благовещенска – административного центра Амурской области.

Город Белогорск расположен в южной части Амурской области, на левом берегу нижнего течения реки Томь – бассейна реки Зея в 50 км от ее устья. Расстояние до г. Благовещенска и границы с Китаем – 99 км.

На юге город граничит с одноименным Белогорским районом, на севере – с Серышевским. Город располагается в наиболее освоенной части области, где административные районы имеют в основном сельскохозяйственную специализацию. Непосредственное соседство с ними обусловило развитие города как центра переработки сельскохозяйственного сырья, но в настоящее время, в связи с упадком сельского хозяйства, упразднением системы госзаказа и повышенной внешней конкуренцией, многие предприятия закрыты или работают на 20–30 % своих мощностей.

Таким образом, г. Белогорск, имея узловое транспортное положение, раз-

мещааясь в приграничной с Китаем зоне, занимает стратегически важное экономико-географическое и геополитическое положение на региональном, федеральном и международном уровнях.

По численности населения и уровню экономического развития город Белогорск – второй город области.

Среднегодовая численность населения муниципального образования города Белогорск в 2015 году составила 68196 человек, в том числе городское население – 67723 человека, сельское население – 473 человека.

Демографическая и миграционная ситуация в Белогорске в 2014 году характеризуется, как и в предыдущие годы процессами естественной убыли (число умерших превышает число родившихся) и миграционного прироста населения (число прибывших превышает число выбывших).

В 2015 году на территории города зафиксировано рождение 860 детей (в 2013 году – 857). Число умерших по итогам 2015 года превысило число родившихся в 1,3 раза (в 2013 году – в 1,2 раза).

Миграционный прирост населения в 2015 году составил 174 человека (в 2013 году – 387 человек), на территорию Белогорска в отчетном году прибыло 1571 человек (на 190 человек меньше по сравнению с 2013 годом), выбыло за пределы города 1397 человека (на 23 человека больше, чем в 2013 году).

Численность трудоспособного населения города Белогорска на 01.01.2013 года составила 43 715 человек, или 64,1 % от общей численности населения.

Среднесписочная численность работников учтенных статистикой организаций составила 23114 человек (на 17,4 % больше по сравнению с уровнем 2013 года).

Отраслевая структура занятости (рисунок 4) показывает, что основная доля работающих занята в сфере транспорта и связи (27,6 %), строительстве (14,7 %), в образовании (10,2 %).

В сфере индивидуального предпринимательства задействовано примерно 8,4 тысяч человек (104,4 % к 2013 году).





Рисунок 4 – Отраслевая структура занятости

Численность безработных, зарегистрированных в Центре занятости населения города, на 01.01.2013 года составила 1383 человека (на 7 человек меньше по сравнению с 01.01.2014 года).

Уровень регистрируемой безработицы на начало января 2013 года составил 4,4 % от числа занятых в экономике города.

Наиболее востребованными для замещения свободных рабочих мест являются рабочие высокой квалификации, а среди безработных, вставших на учет, преобладают женщины предпенсионного возраста и молодежь, не имеющая опыта работы и квалификации.

Правовые, социально-экономические и профессиональные отношения между работодателями и работниками регулируются коллективным договором. В настоящее время зарегистрировано 88 коллективных договоров, 1 трудовое соглашение, действующих на предприятиях всех форм собственности на территории города. В 2015 году на территории города коллективных трудовых споров зарегистрировано не было, забастовки не объявлялись.

Экономика города представлена рядом крупных, средних, малых и микрпредприятий занимающихся преимущественно транспортной, строительной и производственной деятельностью.

Объем отгруженной продукции (выполненных работ и услуг) по виду деятельности «производство» крупными и средними предприятиями города за 2015 год составил 1048,5 млн. руб. (рисунок 5)



Рисунок 5 – Структура отдельных видов производственной деятельности в общем объеме производства

Страховой сектор представлен структурными подразделениями следующих страховых компаний: Росгосстрах, Дальмедстрах, УралСиб, Ресо-Гарантия, Дальневосточная страховая компания.

На страховом рынке представлены практически все виды деятельности: страхование жизни, страхование от несчастного случая, медицинское страхование, страхование транспортных средств и другие виды страхования.

На территории муниципального образования сельскохозяйственную деятельность осуществляют 2 сельхозпредприятия и свыше 5 тыс. единиц личных подсобных хозяйств.

Преимущественным видом сельскохозяйственной деятельности на территории Белогорска является растениеводство.

Малый и средний бизнес на территории Белогорска представляют 244 микропредприятия, 68 малых предприятий, 1 среднее предприятие и 1670 индивидуальных предпринимателей.

Вклад малых предприятий (с учетом деятельности всех микропредприятий, зарегистрированных на территории города) в общий объем выпуска про-

дукции (работ, услуг) на территории города в 2015 году составил 60,5 % (1542,5 млн. рублей).

В сфере малого предпринимательства занято 26,5 % от численности населения, занятого в экономике города.

Преимущественный вид деятельности малых предприятий – торговля, строительство, производство пищевых продуктов.

В конце 2015 г. в Белогорске отмечено замедление темпов экономического развития, обусловленное сокращением объемов реализации продукции, работ и услуг по ряду видов экономической деятельности (обработка древесины, фармацевтическая деятельность), увеличением числа безработных.

Одним из приоритетных направлений социальной политики является поддержка института семьи. Не менее значимый элемент социальной политики – забота об инвалидах и пожилых людях.

Основные проблемы:

- низкий уровень жизни граждан пожилого возраста и инвалидов;
- рост числа инвалидов;
- проблема социальной реабилитации инвалидов;
- рост числа семей с детьми, нуждающимися в адресной социальной помощи;
- рост беспризорности и безнадзорности несовершеннолетних;
- наличие очередности на социальное жилье.

Устойчивое функционирование жилищно-коммунального комплекса является одним из условий жизнеобеспечения Белогорска. Основными поставщиками жилищно-коммунальных услуг в городе являются как частные, так и муниципальные предприятия: ООО «Белогорскгазсервис» – газоснабжение, ООО Комбинат «Восточный плюс» – теплоснабжение, МУП «Тепловые сети г. Белогорска» – отопление и горячее водоснабжение, ООО «Водоканал» – водоснабжение и водоотведение

Администрацией города проводится работа по реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России».

На эти цели из бюджета города затрачено в 2015 г. 10 млн. 666 тыс. руб., которые были израсходованы в основном на модернизацию объектов коммунальной инфраструктуры (на капитальный ремонт объектов электроснабжения, водоснабжения и водоотведения).

В рамках подпрограммы «Переселение граждан из ветхого и аварийного жилищного фонда» Администрацией г. Белогорск были освоены средства городского, областного, федерального бюджетов - всего 11 млн. 127 тыс. руб. и приобретено 11 квартир для граждан, проживающих в условиях, непригодных для проживания.

Разработана и действует городская целевая программа «Обеспечение жильем молодых семей». В рамках программы в 2013 году выдано 29 свидетельств молодым семьям на право получения субсидий на приобретение (строительство) жилья на сумму 12 808,1 тыс. руб. за счет средств бюджетов всех уровней. В 2014 году в рамках программы свидетельства на право получения соответствующих субсидий получили 16 молодых семей (на сумму 15 млн. 798 тыс. руб.). До 2014 года запланировано улучшение жилищных условий 70 молодых семей.

Основные проблемы:

- высокая стоимость строительства жилья;
- рост ветхого и аварийного жилья;
- сложная и длительная процедура разработки и согласования проектно - сметной документации;
- наличие энергоемкого оборудования в котельных, отсутствие приборов учета;
- высокая степень износа инженерных сетей;
- сложное финансовое состояние предприятий ЖКХ;
- отсутствие конкуренции в сфере оказания жилищно-коммунальных услуг.

Таким образом существует ряд проблем, препятствующих развитию благоприятного имиджа о горде Белогорск.

Далее в рамках исследования имиджа муниципального образования проведем исследование имиджа администрации г. Белогорска, так как имидж администрации города напрямую отражает мнение населения о имидже города в целом.

Администрация муниципального образования город Белогорск, находится по следующему адресу:

Россия, Амурская область, город Белогорск, улица Гагарина, 2.  
Тел./факс (41641) 2-34-31.. E-mail: info[@]belogorck.ru.

Структура администрации муниципального образования. г. Белогорск представлена в приложение А.

Рассмотрим деятельность некоторых основных структурных подразделений администрации муниципального образования. г. Белогорск.

Муниципальное казенное учреждение «Комитет по образованию и делам молодежи Администрации города Белогорск».

Председатель - Губина Ирина Александровна.

Задачи Комитета:

- реализация законодательства Российской Федерации, субъекта в сфере образования, молодежной политики;

- создание необходимых условий для реализации прав граждан на предоставление общедоступного и бесплатного дошкольного, начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования по основным общеобразовательным программам;

- разработка и реализация основ муниципальной политики в области образования, молодежной политики;

- обеспечение необходимых условий для личностного развития, укрепления здоровья, профессионального самоопределения и творческого труда детей в учреждениях дополнительного образования детей;

- охрана и защита личных неимущественных и имущественных прав и интересов несовершеннолетних детей, оставшихся без попечения родителей на подведомственной территории;

- реализация молодежной политики в городе Белогорск;
- обеспечение отдыха, оздоровления и занятости детей в летний период;
- создание условий для проведения массовых мероприятий, молодежной политики.

Функции Комитета:

- в установленном порядке вносит Главе муниципального образования города Белогорск предложения по совершенствованию структуры управления образованием, молодежной политикой;
- разрабатывает планы, программы, мероприятия, нормативные правовые акты, направленные на реализацию политики города в области образования, молодежной политики;
- оказывает организационно-методическую помощь подведомственным муниципальным образовательным учреждениям по вопросам, связанным с применением законодательства Российской Федерации в пределах своей компетенции;
- взаимодействует со структурными подразделениями органов местного самоуправления и государственной власти, предприятиями, учреждениями и организациями всех форм собственности;
- координирует деятельность муниципальных образовательных учреждений по вопросам подготовки и развития кадровых ресурсов города;
- обеспечивает взаимодействие с благотворительными, общественными и другими некоммерческими организациями в решении вопросов образования, молодежной политики;
- организует и контролирует отдых, оздоровление и занятость обучающихся в летний период и в каникулярное время;
- выступает заказчиком и координирует проведение общегородских массовых мероприятий, различных гуманитарных акций.

Организационный отдел Администрации г. Белогорск

Начальник отдела – Волошина Эльвира Сергеевна.

Задачи отдела:

– организационно-техническое обеспечение мероприятий, проводимых Главой муниципального образования г. Белогорск, руководителем аппарата; организационная подготовка Административных Советов, совещаний, заседаний, конференций, семинаров, встреч с трудовыми коллективами и других мероприятий, проводимых руководством Администрации города;

– содействие Белогорской городской территориальной избирательной комиссии в реализации полномочий по проведению выборов и референдумов на территории города;

– подготовка перспективных и текущих планов работы Администрации города;

– организация работы, взаимодействия с Почётными гражданами Белогорска, заслуженными и выдающимися людьми города;

– подготовка постановлений, распоряжений Администрации г. Белогорск по вопросам, входящим в компетенцию отдела;

– осуществляет взаимодействие Администрации города с некоммерческими, общественными организациями любых организационно-правовых форм.

Функции отдела:

– готовит постановления, распоряжения Администрации г. Белогорск по вопросам, входящим в компетенцию отдела;

– осуществляет своевременную подготовку годовых, ежемесячных недельных планов основных мероприятий структурных подразделений Администрации города, анализирует ход их выполнения;

– обеспечивает взаимодействие с Белогорской городской избирательной комиссией по вопросам содействия территориальным, участковым избирательным комиссиям в реализации их полномочий по проведению соответствующих выборов и референдумов на территории г. Белогорска, проводит работу по изучению избирательной практики;

– участвует в организации Административных Советов, совещаний, заседаний, конференций, семинаров, встреч с трудовыми коллективами и других мероприятий, проводимых руководством Администрации;

- организует работу с Почётными гражданами Белогорска, заслуженными и выдающимися людьми города;

- готовит информационные, аналитические материалы для руководства Администрации.

Отдел анализа, прогнозирования и целевых программ Администрации г. Белогорск

Начальник отдела -Петровская Ольга Анатольевна.

Задачи структурного подразделения:

- обеспечение выполнения полномочий в сфере экономики на территории города;

- создание условий для расширения рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия;

- определение направлений инвестиционной политики;

- подготовка материалов для рассмотрения вопросов, находящихся в компетенции отдела, на Административный совет при Главе муниципального образования.

Функции отдела:

Отдел анализа, прогнозирования и целевых программ в соответствии с возложенными на него задачами осуществляет следующие функции:

- разрабатывает прогноз социально-экономического развития города в соответствии с требованиями законодательства и отдельно по видам экономической деятельности;

- разрабатывает сценарные условия, формирует основные направления развития экономики;

- проводит анализ социально-экономического положения города по итогам полугодия и года;

- является ведущим отделом при разработке концепций, стратегий и программ социально-экономического развития города;

- осуществляет методическое руководство по разработке структурными подразделениями Администрации, муниципальными учреждениями, проектов



целевых программ;

- осуществляет контроль за ходом выполнения целевых программ, реализуемых на территории города и финансируемых из федерального, областного и городского бюджетов;

- проводит экспертизу проектов программ, представленных структурными подразделениями, муниципальными учреждениями;

- обеспечивает сопровождение электронной версии программы agies (автоматизированная система обработки баз данных долгосрочных целевых программ), готовит мониторинг исполнения программ;

- координирует и контролирует деятельность структурных подразделений Администрации, муниципальных учреждений по вопросам формирования бюджетных заявок;

- участвует в формировании проекта городского бюджета;

- обеспечивает разработку и реализацию на территории города программы развития сельского хозяйства;

- осуществляет мониторинг развития сельского хозяйства на территории города;

- обеспечивает разработку и реализацию на территории города программы энергосбережения;

- осуществляет контроль за реализацией муниципальными учреждениями Федерального закона от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

- обеспечивает организацию работы по привлечению инвестиций в экономику города.

Общий отдел Администрации г.Белогорск.

Начальник отдела - Шаптала Людмила Николаевна.

Правовую основу деятельности отдела составляет Конституция РФ, законы РФ и Амурской области, Устав муниципального образования города Белогорск, решения городского Совета народных депутатов, постановления и рас-

поряжения Главы муниципального образования, Положение об отделе.

Задачи отдела:

- организация единой системы делопроизводства;
- обеспечение документированной деятельности Администрации города;
- кадровая политика.

Функции отдела:

- готовит в рамках компетенции отдела проекты распорядительных документов, издаваемых Главой муниципального образования;
- осуществляет регистрацию распорядительных документов, издаваемых Главой муниципального образования;
- обеспечивает сохранность и учет документов;
- обеспечивает единую систему делопроизводства;
- осуществляет документооборот в аппарате Администрации города;
- оформляет распоряжения на прием, увольнение, отпуска, поощрения и т.д.;
- оформляет решения Администрации, связанные с прохождением муниципальной службы, ведет личные дела муниципальных служащих, вносит необходимые записи в трудовые книжки муниципальных служащих;
- обеспечивает проведение конкурсов на замещение вакантных должностей муниципальной службы, аттестаций, прохождения муниципальным служащим испытания при замещении должностей муниципальной службы;
- анализирует уровень профессиональной подготовки муниципальных служащих, организует переподготовку и переквалификацию, повышение квалификаций муниципальных служащих;
- ведет статистический учет муниципальных служащих Администрации города;
- обеспечивает подготовку документов по награждениям;
- осуществляет контрольную деятельность за сроками выполнения распорядительных документов.
- ведет кадровую работу в соответствии с требованиями Федерального

закона «О муниципальной службе в РФ» в аппарате Администрации г. Белогорск в том числе осуществляет проверку достоверности представляемых работниками персональных данных и осуществляет организацию проверки сведений о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера, а также соблюдение связанных с муниципальной службой ограничений; осуществляет ведение реестра муниципальных служащих органов местного самоуправления города Белогорск.

Отдел поддержки и развития предпринимательства Администрации г. Белогорск

Начальник отдела - Верхотуров Владимир Анатольевич.

Деятельность отдела регламентирует «Положение об отделе поддержки и развития предпринимательства Администрации г. Белогорск»

Задачи отдела:

- подготовка предложений по развитию малого и среднего предпринимательства на территории города;
- оказание поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, производящих и реализующих товары (работы, услуги);
- реализация долгосрочных городских целевых программ на создание условий для развития малого и среднего бизнеса в г. Белогорске;
- создание условий для обеспечения населения города услугами торговли, общественного питания и бытового обслуживания;
- организационное обеспечение деятельности административной комиссии;
- подготовка материалов для рассмотрения вопросов, находящихся в компетенции отдела, на Административный совет при Главе муниципального образования.

Управление по делам гражданской обороны и чрезвычайным ситуациям г. Белогорск

Основные цели Управления:

- реализация на территории муниципального образования города Бело-

горск единой государственной политики в области гражданской обороны, защиты населения и территорий города от чрезвычайных ситуаций, обеспечения первичных мер пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах;

- планирование, разработка и осуществление мероприятий по организации и ведению гражданской обороны, защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения первичных мер пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах на территории города Белогорск;

- организация участия Белогорского городского звена Амурской областной территориальной подсистемы РСЧС в проведении работ по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечению первичных мер пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах на территории города Белогорск;

- осуществление в установленном порядке контроля за выполнением установленных требований по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечению первичных мер пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах;

- осуществление в установленном порядке сбора и обработки информации в области гражданской обороны, предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечения первичных мер пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах, а также обмена этой информацией и другие.

Муниципальное казенное учреждение «Управление культуры Администрации г. Белогорск»

Начальник управления – Мицай Людмила Анатольевна.

Полномочия Управления:

Учреждение осуществляет следующие полномочия:

- организует исполнение постановлений и распоряжений Администрации г. Белогорск подведомственными учреждениями сферы культуры;

- осуществляет комплексный анализ и прогнозирование тенденций раз-

вития культуры и искусств на территории города;

- разрабатывает перспективные планы развития на основе целевых программ;

- принимает меры по развитию народного творчества и художественной самодеятельности, содействует деятельности народных коллективов и любительских объединений;

- содействует развитию разнообразных видов и жанров искусства, сохранению и развитию народного творчества, обеспечению разнообразия культурно-досуговой деятельности населения;

- создает условия для сохранения и развития национальных культур, укрепления межнациональных культурных связей;

- организует проведение мероприятий в области культуры и искусства, способствует развитию форм культурного обслуживания населения в местах массового отдыха;

- осуществляет координацию клубного, музейного и библиотечного дела, регулирует порядок использования и осуществляет контроль за обеспечением сохранности фондов библиотек, создает условия для внедрения современных систем информации, безопасности и защиты культурных ценностей, осуществляет контроль за деятельностью подведомственных учреждений культуры;

- осуществляет в установленном порядке учет и контроль сохранения, использования, популяризации и охраны объектов культурного наследия, расположенных на территории города Белогорск и т.д.

Таким образом у структурных подразделений Администрации г. Белогорска – комитетов и отделов, большое количество различных функций и полномочий.

Далее с целью анализа имиджа Администрации муниципального образования г. Белогорск был проведен выборочный опрос населения г. Благовещенска с целью выявления общественного мнения.

Респондентам был задан ряд вопросов, направленных на изучение ими-

джа Администрации муниципального образования г. Белогорск среди населения.

Вопросы были сформулированы следующим образом: «Какое Ваше мнение о сотрудниках Администрации г. Белогорска? «Как Вы оцениваете деятельность Администрации г. Белогорск?» (По 5-бальной шкале: 1 – плохо, 5 – отлично); «Почему у Вас сложилось такое мнение?»; «Считаете ли Вы необходимым реформирование муниципальной власти г. Белогорск?» .

В итоге проведенного опроса 50 респондентов, были выявлены следующие результаты, формирующие общественное мнение и дающее представление об имидже Администрации.

Следует отметить, что 37 % опрошенных ответили, что сотрудники Администрации порядочные, вежливые и честные люди, а остальные 63 % представляют себе негативный образ органов государственной власти субъекта Российской Федерации, причем самое часто встречающееся качество, по мнению этих 63 % – меркантильность. Однако в глазах 37 % опрошенных органы государственной власти предстают как исполнительные, компетентные и порядочные люди. Перед проведением исследования прогноз был таким, что людей, положительно отзывающихся об органах государственной власти, будет в 2 раза меньше.

40 % респондентов оценивают деятельность Администрации г. Белогорск По 5-бальной шкале на 3 балла, ещё 40 % респондентов на 2 балла. Остальные 20 % респондентов на 5 баллов.

60 % опрошенных, сказали, что впечатление о деятельности Администрации г. Белогорск формируется за счет представления навязанного мнением СМИ, так как сами они плохо знакомы с деятельностью Администрации, ее задачам и выполняемыми функциями.

97 % опрошенных людей отметили, что в деятельности муниципальной власти назрела необходимость проведения реформ, в частности почти все опрошенные (98 %) признали существование проблемы излишней бюрократизации отношений граждан с государством; все респонденты указали на суще-

ствование таких проблем как коррупция и некомпетентность муниципальных органов.

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что имидж сотрудников Администрации и имидж Администрации в целом, как субъекта государственной власти, в глазах жителей города Белогорск. в основном негативный. Проблема заключается в том, что у населения сложились устоявшиеся стереотипы о коррупции и бюрократии органов власти и о ее бездействии. Население города Белогорска не знакомо с деятельностью Администрации и плохо информировано о работе, которую она выполняет. Поэтому негативное отношение лидирует среди респондентов.

Отношение людей к политическим и экономическим мероприятиям власти распространяется на репутацию государственных служащих, а сложившийся в общественном мнении образ госслужащего определяет отношение к действиям властей.

Стереотипы об органах власти и государственных служащих продолжают жить, хотя они сформировались в мире, которого больше не существует. До сих пор многие представляют себе работу государственных служащих как полностью оторванную от частного сектора. Другой распространенный стереотип: государственные служащие не выполняют своих задач надлежащим образом, но, тем не менее, получают незаслуженные преимущества в оплате и условиях труда в целом. Госслужащие обвиняются в том, что государство тратит значительные усилия и средства на мотивирование их к хорошей работе, а они ленивы и эгоистичны.

Цель создания благоприятного имиджа администрации г. Белогорск состоит в том, что Администрация должна не только работать эффективно, но и все граждане должны быть убеждены в том, что они работают эффективно.

Итак, в результате социологических исследований был доказан негативный имидж к органам государственной власти (в частности к Администрации муниципального образования г. Белогорск). На основе оценки полученных данных, были выявлены причины негативного отношения к органам власти. Тем не

менее, построение действенного имиджа властных структур по-прежнему представляет задачу большой сложности и требует определенного доверия со стороны граждан, и скорее доверия не к словам и посылам властных структур, а к их действиям.

## **2.2 Роль PR-отдела в формировании позитивного имиджа администрации г. Белогорска. Средства формирования имиджа администрации г. Белогорска**

Роль PR-отдела в формировании позитивного имиджа администрации г. Белогорск, сложно переоценить. В администрации создано специализированное подразделение – Пресс-служба Главы Белогорска, отвечающее за формирование положительного имиджа и деловой репутации исполнительных органов муниципальной власти городского округа в регионе, на межрегиональном уровне и стране в целом. Одной из главных целевых задач деятельности PR-служб и взаимодействующих с ними СМИ является формирование благоприятного имиджа политического лидера и (или) организации – будь то властная структура, включая государственные органы в целом, ее конкретное подразделение. Задача создания имиджа состоит в том, чтобы ярко, образно высветить реальные достоинства объекта и «заретушировать» малопривлекательные.

Руководитель пресс-службы – Зингер Марина Анатольевна.

Правовую основу деятельности пресс-службы Главы города составляют: Конституция РФ, законы РФ и Амурской области, Устав муниципального образования города Белогорск, решения городского Совета народных депутатов, постановления и распоряжения Администрации города Белогорск, Положение о пресс-службе Главы Белогорска.

Задачи пресс-службы:

- информационное обеспечение деятельности Главы города, Администрации города;
- формирование положительного имиджа и деловой репутации исполнительных органов муниципальной власти городского округа в регионе, на межрегиональном уровне и стране в целом;



– обеспечение информационной открытости в работе исполнительных органов муниципальной власти городского округа;

– обеспечение прав граждан на получение информации о деятельности Главы города, Администрации г. Белогорск;

– обеспечение в соответствии с законодательством СМИ сведений о деятельности Главы города, Администрации города, об издаваемых ими нормативно-правовых актах, о заявлениях, выступлениях, встречах и других мероприятиях с их участием, а также организация и обеспечение взаимодействия Главы города, Администрации города со СМИ.

Функции пресс-службы:

– формирует через средства массовой информации объективное общественное мнение о деятельности Главы города, Администрации г. Белогорск;

– планирует и организует пресс-конференции, брифинги, интервью, выступления в СМИ Главы города, должностных лиц исполнительных органов муниципальной власти городского округа;

– осуществляет информационное обеспечение деятельности, официальных визитов, встреч Главы города, должностных лиц Администрации г. Белогорск;

– подготавливает предложения Главе города по вопросам информационной политики, формированию информационного пространства муниципальных органов власти, а также участвует по поручению Главы города в реализации указанных предложений;

– осуществляет сбор и анализ в пределах своей компетенции информации об основных событиях общественно-политического и социально-экономического характера в целях информирования о них Главы города;

– формирует еженедельный план информационного сопровождения мероприятий Главы города, органов муниципальной власти г. Белогорск;

– осуществляет мониторинг информационного пространства региона, Российской Федерации в части освещения деятельности Главы города и органов муниципальной власти г. Белогорск;

– подготавливает пресс-релизы, аналитические справки, тезисы к выступлениям Главы города в СМИ;

– подготавливает информационные материалы о мероприятиях органов муниципальной власти г. Белогорск для размещения на официальном сайте г. Белогорск и в СМИ;

– подготавливает тексты официальных обращений, сообщений и поздравлений от имени Главы города.

Полномочия пресс-службы:

– взаимодействует в установленном порядке со СМИ, а также с журналистами в целях объективного и всестороннего освещения деятельности Главы города, Администрации города;

– запрашивает и получает от должностных лиц и структурных подразделений Администрации города в установленном порядке документы, справки, расчеты и другие сведения, необходимые для выполнения задач и функций пресс-службы Главы города;

– привлекает в установленном порядке на договорной основе организации, специалистов для решения задач и реализации функций, относящихся к ведению пресс-службы Главы города;

– обеспечивает ведение делопроизводства в пресс-службе Главы города.

- осуществляет иные полномочия, предусмотренные действующим законодательством.

С целью формирования имиджа администрации г. Белогорска используются специальные средства в частности – специальные события, проводимые администрацией. Согласно утверждённого плана, в приложение Б.

Эти мероприятия проводятся для общественности с целью формирования положительного имиджа о муниципальном образовании г. Белогорск и деятельности администрации.

Каждое мероприятие тщательно планируется и подготавливается. За реализацией каждого мероприятия закреплено ответственное лицо. Ответственное лицо назначается в соответствии со спецификой каждого мероприятия.

В частности, в апреле 2016 были запланированы следующие специальные события:

- 1 апреля – день смеха;
- 2 апреля – международный день детской книги;
- 7 апреля – всемирный день здоровья;
- познавательная встреча с детским кино «В лесной чаще», по творчеству А. Иванова;
- конкурс агитбригад по безопасности дорожного движения среди обучающихся образовательных организаций;
- познавательная программа «Космические приключения», посвященная 55-летию со Дня первого полета человека в космос;
- XIX Комплексная Спартакиада городов Амурской области по шахматам;
- соревнования по стрельбе, разборке и сборке автомата в зачёт городской Спартакиады допризывной молодёжи.

Это лишь малая часть из основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г.

Однако не смотря на огромную работу, проводимую Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г, основной проблемой по-прежнему является плохая информированность населения муниципального образования г. Белогорск, о деятельности проводимой Администрацией. В связи с этим складывается негативное общественное мнение о власти в городе и в городе Белогорске в целом.

Исследователи считают, что для формирования благоприятного имиджа о деятельности органов власти хорошо подходят следующие методы, воздействия на общественное мнение: регулярные прямые («горячие») телефонные линии и on-line интернет-конференции, создание интернет-сайтов и форумов, дни открытых дверей в администрациях различного уровня, интервью с государственными служащими и репортажи об их повседневной деятельности.

В связи с этим, основным разрабатываемым нами проектом, направленным

на формирование положительного имиджа Администрацией города Белогорск, станет специальное мероприятие, в результате которого население города Белогорск поменяет свое негативное отношение к власти в городе, в частности в лице Администрации г. Белогорска путем информирования о ее деятельности доступным и понятным языком для всего населения города.

### 3 ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ PR-МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА АДМИНИСТРАЦИИ Г. БЕЛОГОРСКА

Для формирования благоприятного имиджа о деятельности органов власти хорошо подходят следующие методы, воздействия на общественное мнение: регулярные прямые («горячие») телефонные линии и on-line интернет-конференции, создание интернет-сайтов и форумов, дни открытых дверей в администрациях различного уровня, интервью с государственными служащими и репортажи об их повседневной деятельности.

В связи с этим, основным разрабатываемым нами проектом, направленным на формирование положительного имиджа Администрацией города Белогорск, станет специальное мероприятие, в результате которого население города Белогорск поменяет свое негативное отношение к власти в городе, в частности в лице Администрации г. Белогорска путем информирования о ее деятельности доступным и понятным языком для всего населения города.

В качестве PR-мероприятия, направленного на формирование и поддержание положительного имиджа Администрации г. Белогорск, предлагается проведение «Дня открытых дверей» для все желающих, в результате которого население города Белогорск будет информировано о деятельности Администрации, доступным и понятным языком для всего населения города. Данное мероприятие Администрацией г. Белогорск проводится впервые и будет проходить в рамках предвыборной компании. За 2 месяца до проведения «Дня открытых дверей» на сайте администрации г. Белогорск будет размещена информация о проведении данного мероприятия, будет размещена форма для регистрации всех желающих его посетить и также будет открыта интернет-приемная, где каждый желающий сможет оставить свой вопрос или свое обращение, ответ на который он хотел бы получить. На все полученные вопросы и обращения до проведения мероприятия «День открытых дверей» будут подготовлены ответы, и разосланы на указанные адреса почты. На самые популярные вопросы ответы будут озвучены на самом мероприятии.

Таким образом, цель PR-проекта заключается в создании благоприятного имиджа Администрации г. Белогорск среди населения города в рамках предвыборной компании мэра г. Белогорск.

Важно отметить, что в процессе проведения дня открытых дверей целевой аудиторией могут быть получены и незапланированные PR-сообщения, именно поэтому так важны детальная проработка процедуры данных мероприятий, тщательный подбор участников, при которых просто не может быть мелочей и несущественных деталей. Именно на дне открытых дверей, в ситуации максимально неформального межличностного общения и ведения неструктурированных бесед, решающее значение приобретает коммуникативная и конфликтологическая компетентность PR-специалистов и всех участников мероприятия.

Правильная организация дня открытых дверей требует детальной разработки программы данного мероприятия, написания сценарного плана его проведения, тщательного отбора и обучения персонала для обслуживания посетителей. Ответственными за проведение данного мероприятия назначаются, как правило, наиболее квалифицированные специалисты службы по связям с общественностью.

Информация о предстоящем дне открытых дверей будет размещена на «Город-Тв» в программах: «Будни», «О главном» на сайте городской администрации. В газетах : «Сегодня на Амуре» и в интернете на сайтах: «Амур Инфо», «Амур 28 инфо».

Весьма полезной в данном случае является и прямая почтовая рассылка индивидуальных приглашений тем официальным лицам, чье присутствие на мероприятии кажется его организаторам весьма полезным и важным.

Как и большинство PR-мероприятий, дни открытых дверей требуют проработки вопросов охраны и обеспечения безопасности (в том числе производственной) для приглашенных лиц, уборки помещений, изготовления идентификационных табличек и стрелочных указателей и др.

После завершения основных мероприятий, запланированных в рамках дня открытых дверей, его участникам может быть предложена культурно-

развлекательная программа.

Реализация PR-мероприятия «День открытых дверей» в Администрации г. Белогорск будет проводиться на основании законов и иных правовых актов, регламентирующих деятельность Администрации:

Конституция РФ, законы РФ и Амурской области, Устав муниципального образования города Белогорск, решения городского Совета народных депутатов, постановления и распоряжения Администрации города Белогорск, Положение о пресс-службе Главы Белогорска.

Ответственность за проведение PR-мероприятия «День открытых дверей» в Администрации г. Белогорск возлагается на пресс-службу Администрации. Во главе с ее руководителем – Зингер Мариной Анатольевной.

Задачи пресс-службы:

- информационное обеспечение деятельности Главы города, Администрации города;
- формирование положительного имиджа и деловой репутации исполнительных органов муниципальной власти городского округа в регионе, на межрегиональном уровне и стране в целом;
- обеспечение информационной открытости в работе исполнительных органов муниципальной власти городского округа;
- обеспечение прав граждан на получение информации о деятельности Главы города, Администрации г. Белогорск;
- обеспечение в соответствии с законодательством СМИ сведений о деятельности Главы города, Администрации города, об издаваемых ими нормативно-правовых актах, о заявлениях, выступлениях, встречах и других мероприятиях с их участием, а также организация и обеспечение взаимодействия Главы города, Администрации города со СМИ.

Мероприятие будет состоять из четырёх этапов PR программы:

- 1) планирование и программирование. На данном этапе необходимо составить план и программу реализации PR-мероприятия;
- 2) действия и коммуникации.

Данный этап предполагает практическое воплощение разработок, сделанных на первом этапе.

На данном этапе происходит непосредственно проведение PR-мероприятия «День открытых дверей»;

3) оценка эффективности PR – кампании и предположение о свертывании PR компании за достижением поставленных результатов, либо продолжение ее для поддержания достигнутого результата.

Предполагается использование следующих методов формального исследования

а) опросы. Специфическими задачами PR-проекта в данном случае является:

– информирование местного населения о деятельности Администрации г. Белогорск. о целях ее деятельности о задачах, которые она решает;

– налаживание обратной связи, т.е. отслеживание реакции общественной и конкретно целевой аудитории на появление PR-проекта;

– организация специальных событий, т.е. организация акций, способствующих формированию положительного имиджа;

– работа со СМИ в рамках проекта, т.е. использование телевидения, интернет-ресурсов.

Целевой аудиторией проведения PR-мероприятия являются жители г. Белогорск.

Финансовым обеспечением PR-кампании (бюджет) и источниками расходов и источники доходов будет являться бюджет муниципального образования г. Белогорск.

Рассмотрим подробнее каждый из этих этапов.

На первом этапе подготовки необходимо:

1. Назначить дату проведения мероприятия.

Дату проведения мероприятия назначить на 10 августа 2016.

2. Назначить ответственных за проведение мероприятия.

Ответственность за проведение PR-мероприятия «День открытых дверей»



в Администрации г. Белогорск возлагается на пресс-службу Администрации. Во главе с ее руководителем - Зингер Мариной Анатольевной.

3. Составить График мероприятий в рамках проведения «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» в 2016 году.

График мероприятий «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» в 2016 году представлен в приложение В.

4. Размещение на сайте Администрации г. Белогорск информации о дате и проведении «Дня открытых дверей в Администрации».

Пресс-релиз о проведении дня открытых дверей представлен в приложение Г.

Участники, желающие посетить «День открытых дверей» должны будут зарегистрироваться на сайте администрации города Белогорск. Информация о проведении «Дня открытых дверей» размещается на официальном интернет-сайте Администрации города Белогорск – <http://belogorck.ru/administratsiya>. Здесь будет также открыта интернет приемная, для того чтобы население могло обратиться с интересующим вопросом или своей проблемой.

Далее рассмотрим основные правила организации мероприятия «День открытых дверей»

Участниками дня открытых дверей могут быть:

- учащиеся 10–11 классов общеобразовательных учреждений города;
- учащиеся средних профессиональных специальных учебных заведений города;
- взрослое население города Белогорска.

Участники мероприятия объединяются в группу численностью не более 30 человек.

Ответственность за жизнь и здоровье учащихся и за соблюдение ими правил поведения в здании Администрации города во время проведения мероприятий «Дня открытых дверей» несет руководитель группы.

Время проведения и график мероприятий «Дня открытых дверей» устанавливаются приказом главы Администрации города.

В целях противодействия терроризму список участников с руководителем группы подается на пост охраны здания Администрации города, за день до проведения «Дня открытых дверей».

К основным мероприятиям, проводимым в рамках дня открытых дверей относятся:

- экскурс по истории муниципального образования городской округ город Белогорск;
- демонстрация презентационных материалов по тематике, соответствующей компетенции Администрации;
- демонстрация страницы официального интернет-сайта Администрации города;
- знакомство с работой Администрации города;
- встреча с руководителем Администрации города;

Все мероприятия «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» проводятся на безвозмездной основе.

Также необходимо утвердить Правила поведения участников «Дня открытых дверей».

Эти правила определяют нормы поведения участников «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» при посещении ими здания Администрации города и направлены на обеспечение установленного порядка и создания единых требований к обеспечению режима доступа в здание, создания условий обеспечения безопасности участников.

Требования должностного лица Администрации города (далее – Администрация) по соблюдению настоящих правил являются обязательными для участников «Дня открытых дверей в Администрации города Белогорск» и их руководителя.

Права участников «Дня открытых дверей»:

- посещать Департамент в дни и часы, установленные графиком мероприятий по проведению «Дня открытых дверей»;
- посещать места общего пользования в здании Администрации города;

– фотографировать мероприятия «Дня открытых», участниками которых они являются;

– задавать вопросы о деятельности Администрации.

Обязанности участников «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск»:

– при входе в здание Администрации города сообщить сотруднику охраны цель посещения и предъявить документ, удостоверяющий личность;

– пройти регистрацию у специалиста Администрации;

– соблюдать нормы поведения в общественных местах.

– не допускать проявлений неуважительного отношения к работникам Администрации, участникам мероприятия, иным лицам.

Бережно относиться к имуществу, соблюдать чистоту, тишину и порядок в здании Администрации города.

В здании Администрации города запрещается:

– находиться в служебных помещениях без разрешения специалиста Департамента;

– выносить из здания Администрации города документы, полученные для ознакомления, а также имущество;

– находиться в состоянии алкогольного, наркотического и токсического опьянения;

– приносить огнестрельное и холодное оружие, колющие предметы, огнеопасные и взрывчатые вещества, спиртные напитки, крупногабаритные предметы и сумки;

– посещать служебные помещения в здании Администрации города в верхней одежде, в одежде, не отвечающей санитарно-гигиеническим требованиям;

– курить.

В случае умышленного уничтожения либо повреждения имущества и иных материально-технических ценностей на виновных лиц наряду с административной, либо уголовной ответственностью возлагается обязанность возме-

стить причиненный имущественный вред.

На втором этапе происходит непосредственно проведение PR-мероприятия «День открытых дверей».

С целью освещения данного мероприятия необходимо пригласить репортеров с местного телевидения и газеты.

Все участники будут встречены в холле Администрации, где их встретят руководители отделов Администрации. В холле будут размещены информационные стенды, расставлены столы с табличками-названиями представленных отделов. Каждый желающий сможет обратиться к руководителю отдела и получить ответ на ранее заданный вопрос в интернет-приемной.

После этого все участники мероприятия будут приглашены в актовЫй зал Администрации, где с приветственным словом выступит мер города Белогорск, и участники смогут задать вопросы и оставить свои пожелания непосредственно мэру города. Здесь будет проведен показ презентационных материалов в актовом зале Администрации:

- об истории г. Белогорска;
- об основах законодательной власти;
- о деятельности Администрации города

В конце мероприятия будет сделано памятное фото с мэром города и руководителями отделов.

После проведения первых двух этапов на третьем этапе производится оценка данного PR-мероприятия. Оценка производится методом опроса населения с целью выявления личного мнения о деятельности Администрации на данном этапе также возможным является составление плана пересмотра программы (рисунок б).

Таким образом, оценка подготовки, реализации, воздействия программы PR-кампании позволяет вовремя её корректировать.

Оценить эффективность проведенного мероприятия можно будет путем проведения повторного опроса населения города Белогорска, по тем же пунктам с целью выявления отклонения полученных результатов после проведения

PR-мероприятия с ризалитами первичного опроса до его проведения. После сравнения полученных результатов можно будет сделать вывод об эффективности проведенного PR-мероприятия и степени достижения поставленных перед его проведением задач и целей. Можно будет отследить насколько изменился имидж администрации города Белогорск и отношение к ней со стороны местного населения.

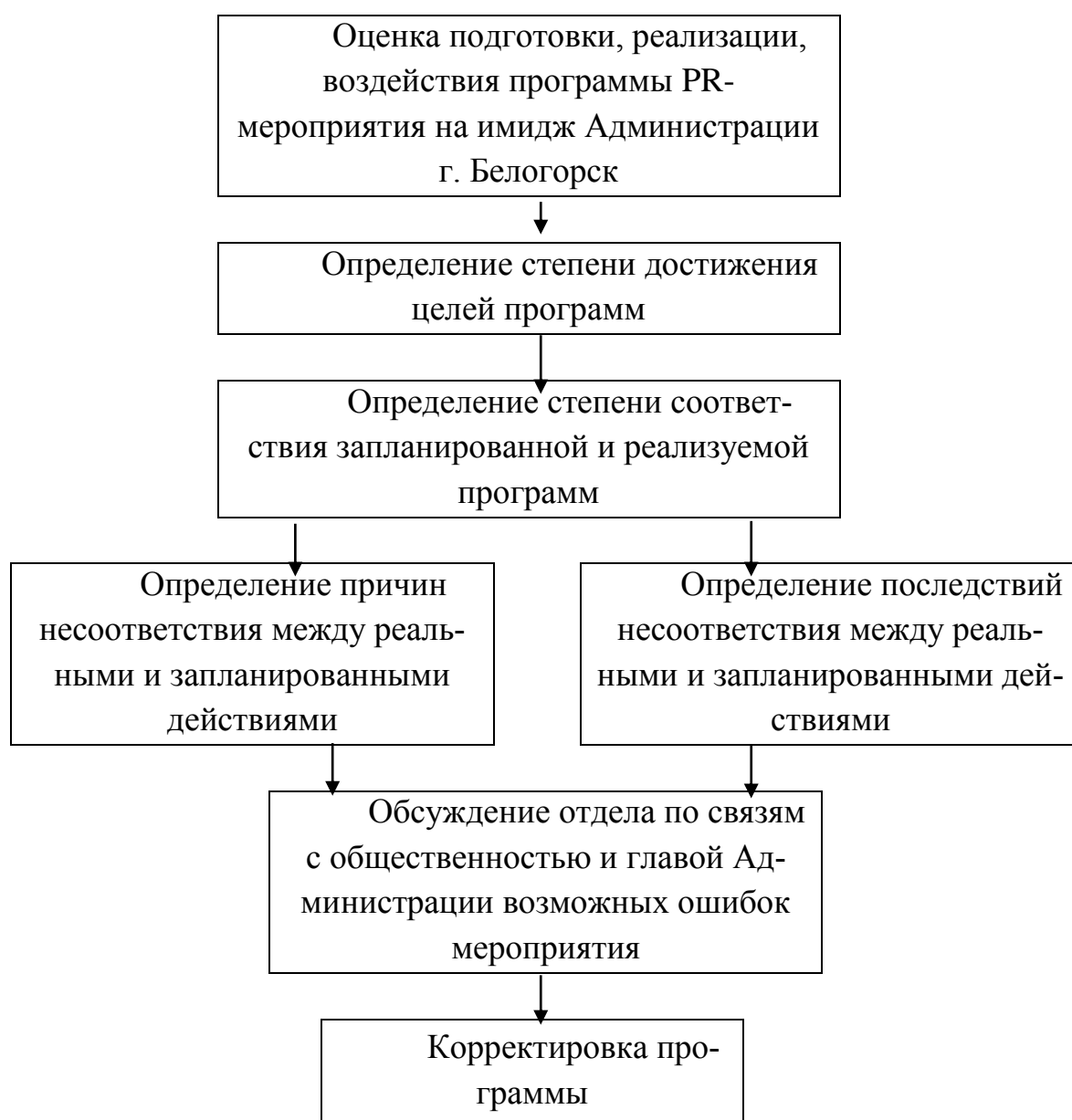


Рисунок 6 – План пересмотра программы

Респондентам будет повторно задан ряд вопросов, направленных на изучение имиджа Администрации муниципального образования г. Белогорск среди населения.

Вопросы были сформулированы следующим образом: «Какое Ваше мне-

ние о сотрудниках Администрации г. Белогорска? «Как Вы оцениваете деятельность Администрации г. Белогорск?» (По 5-бальной шкале: 1 – плохо, 5 – отлично).

Таким образом, PR-мероприятие «День открытых дверей» – эффективный инструмент коммуникаций, направленный на формирование положительного имиджа Администрацией города Белогорск, в результате которого население города Белогорск поменяет свое негативное отношение к власти в городе, в частности в лице Администрации г. Белогорска День открытых дверей является одним из самых распространенных мероприятий PR, которые представляют собой внутреннюю презентацию Администрации путем информирования о ее деятельности доступным и понятным языком для всего населения города. Это непосредственный контакт с целевой аудиторией, он позволяет установить новые и развить существующие, сформировать в глазах присутствующих репутацию и имидж муниципального образования, укрепить население. аудитории.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для формирования благоприятного имиджа о деятельности органов власти хорошо подходят следующие методы, воздействия на общественное мнение: регулярные прямые («горячие») телефонные линии и on-line интернет-конференции, создание интернет-сайтов и форумов, дни открытых дверей в администрациях различного уровня, интервью с государственными служащими и репортажи об их повседневной деятельности.

В связи с этим, основным разрабатываемым нами проектом, направленным на формирование положительного имиджа Администрацией города Белогорск, станет специальное мероприятие, в результате которого население города Белогорск поменяет свое негативное отношение к власти в городе, в частности в лице Администрации г. Белогорска путем информирования о ее деятельности доступным и понятным языком для всего населения города.

В качестве PR-мероприятия, направленного на формирование и поддержание положительного имиджа Администрации г. Белогорск, предлагается проведение «Дня открытых дверей» для все желающих, в результате которого население города Белогорск будет информировано о деятельности Администрации, доступным и понятным языком для всего населения города.

Оценить эффективность проведенного мероприятия можно будет путем проведения повторного опроса населения города Белогорска, по тем же пунктам с целью выявления отклонения полученных результатов после проведения PR-мероприятия с результатами первичного опроса до его проведения. После сравнения полученных результатов можно будет сделать вывод об эффективности проведенного PR-мероприятия и степени достижения поставленных перед его проведением задач и целей. Можно будет отследить насколько изменился имидж администрации города Белогорск и отношение к ней со стороны местного населения.

Респондентам будет повторно задан ряд вопросов, направленных на изучение имиджа Администрации муниципального образования г. Белогорск среди

населения.

Вопросы были сформулированы следующим образом: «Какое Ваше мнение о сотрудниках Администрации г. Белогорска? «Как Вы оцениваете деятельность Администрации г. Белогорск?» (По 5-бальной шкале: 1 – плохо, 5 – отлично).

Также Администрации г. Белогорска можно предложить проведение «Дня открытых дверей» на постоянной основе, например, в последний четверг каждого месяца. Проведение данного мероприятия на постоянной основе позволит не только сформировать благоприятный имидж о деятельности органов власти муниципального образования, но и будет способствовать поддержанию его у населения, путем решения их оперативных проблем, и ответов на интересующие их вопросы.

Таким образом, PR-мероприятие «День открытых дверей» – эффективный инструмент коммуникаций, направленный на формирование положительного имиджа Администрацией города Белогорск, в результате которого население города Белогорск поменяет свое негативное отношение к власти в городе, в частности в лице Администрации г. Белогорска День открытых дверей является одним из самых распространенных мероприятий PR, который представляет собой внутреннюю презентацию Администрации путем информирования о ее деятельности доступным и понятным языком для всего населения города. Это непосредственный контакт с целевой аудиторией, он позволяет установить новые и развить существующие, сформировать в глазах присутствующих репутацию и имидж муниципального образования.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алешина, И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров : курс лекций / И.В. Алешина. – М. : ЭКСМОС, 2012. – 480 с.
- 2 Антипов, К.В. Паблик рилейшиз : учебное пособие / К.В. Антипов. – М. : Дашков и К, 2013. – 148 с.
- 3 Бортник, Е.М. Управление связями с общественностью : учебное пособие / Е.М. Бортник, Э.М. Коротков, А.Ю. Никитаева. – М. : Аст, 2013. – 128 с.
- 4 Варакута, С.А. Связи с общественностью : учебное пособие / С.А. Варакута. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 246 с.
- 5 Викентьев, И.Л. Приемы рекламы и паблик рилейшинз / И.Л. Викентьев. – СПб. : Бизнес-пресса, 2013. – 690 с.
- 6 Виханский, О. Менеджмент : человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О. Виханский, А. Наумов. – М. : Юрайт, 2006. – 328 с.
- 7 Ворогова, И.А. Корпоративная политика / И.А. Ворогова. – М. : Наука, 2012. – 357 с.
- 8 Горяева, Е.Г. Паблик рилейшнз американская теория и российская практика : практическое пособие / Е.Г. Горяева. – Новосибирск : Нимб, 2013. – 296 с.
- 9 Добрович, А. Общение : наука и искусство / А. Добрович. – М. : Астрель, 2015. – 230 с.
- 10 Емельянов, С.М. Теория и практика связей с общественностью : вводный курс : учебное пособие / С.М. Емельянов. – СПб. : Питер, 2013. – 240 с.
- 11 Игнатьев, Д.В. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатьев, А. Бекетовф. Ф. Сарокваша. – М. : Альбина Паблишер, 2015. – 220 с.
- 12 Камерон, К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Курнн. – СПб. : Питер, 2015. – 300 с.
- 13 Капитонов, Э.А. Корпоративная культура : учебно-практическое пособие / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. – Ростов-на-Дону : МарТ, 2013. – 416 с.

- 14 Корниенко, В.И. Команда : формирование, управление, эффективность : учебное пособие / В.И. Корниенко. – Пермь : Курсив, 2015. – 340 с.
- 15 Кривоносов, А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций : монография / А.Д. Кривоносов. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2015. – 245 с.
- 16 Кривоносов, А.Д. Основы Спичрайтинга : учебное пособие / А.Д. Кривоносов. – СПб. : Лаборатория оперативной печати фак-та журналистики СПбГУ, 2012. – 256 с.
- 17 Кузнецов, В.Ф. Связи с общественностью : теория и технологии : учебник / В.Ф. Кузнецов. – М. : Аспект Пресс, 2015. – 300 с.
- 18 Лисовский, А.А. Внутренний PR способен решить коммуникативные проблемы в компании / А.А. Лисовский. – СПб. : Питер, 2011. – 260 с.
- 19 Лобанова, А.А. Внутренний сбой. Шесть ошибок внутреннего PR / А.А. Лобанова. – СПб. : Питер, 2011. – 190 с.
- 20 Лэйхифф, Дж.М. Бизнес-коммуникации / Дж.М. Лэйхифф, Дж.М. Пенроуз. – СПб. : Питер, 2015. – 90 с.
- 21 Маслова, В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом : учебное пособие / В.М. Маслова. – М. : Вузовский учебник, 2015. – 176 с.
- 22 Михайлова, М.А. Как избежать ошибок при организации корпоративного праздника? / М.А. Михайлова. – Ярославль : Хитон, 2013. – 238 с.
- 23 Моисеев, В.А. Паблик Рилейшнз : теория и практика / В.А. Моисеев. – М. : Омега-Л, 2011. – 376 с.
- 24 Муниципального образования г. Белогорск [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа : <http://belogorck.ru>. – 22.05.2016.
- 25 Ньюсом, Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз / Д. Ньюсом. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 628 с.
- 26 Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А.П. Панфилова. – СПб. : Лань, 2015. – 180 с.
- 27 Пасс, Ю.Н. Внутренний PR : элементы успеха / Ю.Н. Пасс. – СПб. : Питер, 2015. – 80 с.
- 28 Почепцов, Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века /

Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2013. – 352 с.

29 Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшинз, или Как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М. : Центр, 2013. – 336 с.

30 Родин, О. Концепция организационной культуры : происхождение и сущность / О. Родин. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 210 с.

31 Синяева, И.М. Паблик рилейшинз в коммерческой деятельности : учебное пособие / И.М. Синяева. – М. : ЮНИТИ, 2015. – 287 с.

32 Спивак, В.А. Организационное поведение и управление персоналом / В.А. Спивак. – СПб. : Питер, 2015. – 300 с.

33 Тарасов, В. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров / В. Тарасов. – СПб. : Лань, 2015. – 280 с.

34 Тимофеев, М.И. Связи с общественностью (паблик рилейшинз) : учебное пособие / М.И. Тимофеев. – М. : РИОР, 2015. – 158 с.

35 Торшенко, А.А. Муниципальное право Российской Федерации : курс лекций / А.А. Торшенко. – Екатеринбург : Эра, 2010. – 172 с.

36 Туманов, И.М. Режиссура массового праздника и театрализованного концерта / И.М. Туманов. – СПб. : Питер, 2013. – 280 с.

37 Фаланов, Г.М. Конкурсная программа – индивидуальный подход / Г.М. Фаланов. – СПб. : Питер, 2015. – 298 с.

38 Федотова, Л.Н. Паблик рилейшинз и общественное мнение : учебное пособие / Л.Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2015. – 352 с.

39 Харрисон, Ш. Связи с общественностью : вводный курс / Ш. Харрисон. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2012. – 368 с.

40 Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : теория и практика : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. – М. : Дело, 2015. – 496 с.

41 Чумиков, А.Н. Связи с общественностью : учебное пособие / А.Н. Чумиков. – М. : Дело, 2015. – 296 с.

42 Шарков, Ф.И. Паблик рилейшинз (связи с общественностью) : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М. : Деловая книга, 2015. – 304 с.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Структура Администрации муниципального образования г. Белогорск

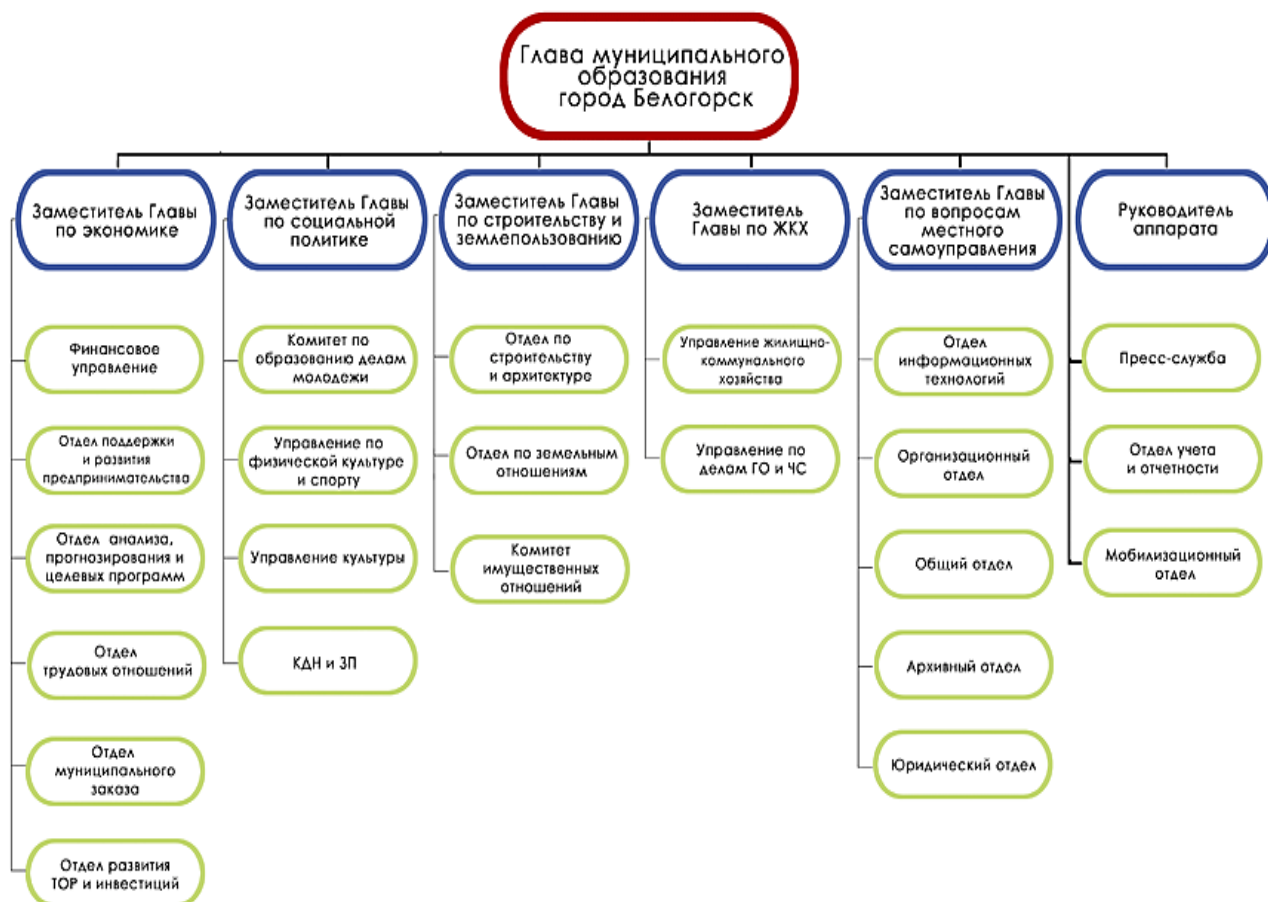


Рисунок А.1 – Структура Администрации муниципального образования г. Белогорск

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г.

Таблица Б.1 – Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г

Дата, время, место проведения	Наименование мероприятий	Ответственный
1	2	3
<b>Основные мероприятия, проводимые Администрацией города</b>		
04,11,18,25 (понедельник) 08.30	Планерные совещания с руководителями структурных подразделений	
11,18 (понедельник) 15.00	Приём граждан Главой муниципального образования г. Белогорск	
04,25 (понедельник)	Прием граждан заместителями Главы	
<b>01 (пятница)</b>	<b>День смеха</b>	
01,08,15,22,29 (пятница) 13.30	Планерное совещание с экономическим блоком	Заместитель Главы по экономике В.В. Дацко
01,08,15,22,29 (пятница) 14.00 Зал заседаний Администрации города	Административная комиссия	Заместитель Главы по экономике В.В. Дацко
<b>02 (суббота)</b>	<b>Международный день детской книги</b>	
<b>02 (суббота)</b>	<b>День единения народов</b>	
<b>03 (воскресенье)</b>	<b>День геолога</b>	
04,11,18,25 (понедельник) 08.00	Планерные совещания со специалистами Управления ЖКХ	Заместитель Главы по ЖКХ А.Н. Башун
05-07,12-14,19-21,26-28 (вторник, среда, четверг)	Проведение рейдов по торговле в неустановленных местах; соблюдению правил благоустройства	Заместитель Главы по экономике В.В. Дацко
05,12,19,26 (вторник)	Проведение комиссии по перепланировкам жилых помещений, переводу из жилого помещения в нежилое, подготовка документов	Отдел по строительству и архитектуре (Н.М. Ковалева)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
05,12,19,26 (вторник) 11.00	Видеоселекторное совещание с Министерством ЖКХ Амурской области	Заместитель Главы по ЖКХ А.Н. Башун
05,19 (вторник)	Заседание КДН и ЗП по рассмотрению персональных дел	Ответственный секретарь комиссии по делам несовершеннолетних (Л.Г. Новикова)
05,27 (вторник,среда)	Проведение рейда по выявлению работников, осуществляющих деятельность без трудового договора	Отдел трудовых отношений (Н.В. Покусаева)
<b>06 (среда)</b>	<b>Международный день спорта на благо развития мира</b>	
<b>06 (среда)</b>	<b>День работника следственных органов МВД РФ</b>	
06,13,20,27 (среда) 08.15	Планерные совещания с руководителями подведомственных отделов и структурных подразделений	Заместитель Главы по строительству и землепользованию В.А. Розонов
<b>07 (четверг)</b>	<b>Всемирный день здоровья</b>	
<b>07 (четверг)</b>	<b>Благовещение Пресвятой Богородицы</b>	
<b>07 (четверг)</b>	<b>День памяти погибших подводников</b>	
07,14,21,28 (четверг) ул. Чехова, 46	Планерные совещания с руководителями подведомственных учреждений и специалистами Управления	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
07,14,21,28 (четверг) 10.00	Планерные совещания с руководителями учреждений культуры	МКУ «Управление культуры» (Л.А. Мицай)
<b>08 (пятница)</b>	<b>День сотрудников военных комиссариатов</b>	
<b>10 (воскресенье)</b>	<b>Памятный день День войск противовоздушной обороны</b>	
<b>12 (вторник)</b>	<b>Памятная дата России День авиации и космонавтики</b>	
12 (вторник) 10.00	Заседание Административного Совета: 1. О физической культуре и спорте среди граждан с ограниченными возможностями здоровья (достижения, проблемы, перспективы)	Организационный отдел Администрации г. Белогорск (Э.С. Волошина)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
	<p>2. О подготовке МАУ «Объединённая дирекция городских парков культуры и отдыха» к открытию весенне-летнего сезона</p> <p>3. О состоянии профилактики преступлений и правонарушений среди несовершеннолетних</p> <p>4. Об итогах работы «МКУ Комитет имущественных отношений Администрации г. Белогорск» по управлению муниципальной собственностью и земельными участками за 2015 год</p>	
<b>13</b> (среда)	<b>День мецената и благотворителя в России</b>	
<b>15</b> (пятница)	<b>День специалиста по радиоэлектронной борьбе</b>	
<b>18</b> (понедельник)	<b>Международный день памятников и исторических мест</b>	
<b>18</b> (понедельник)	<b>День воинской славы</b> <b>День победы русских воинов князя Александра Невского над немецкими рыцарями на Чудском озере (Ледовое побоище, 1242 год)</b>	
<b>20</b> (среда)	<b>Национальный день донора в России</b>	
<b>21</b> (четверг)	<b>День местного самоуправления</b>	
21 (четверг)	Подготовка и проведение межведомственной комиссии по экономической политике по легализации «теневого» заработанной платы, погашению задолженности по налогам в бюджет	Отдел трудовых отношений (Н.В. Покусаева)
<b>22</b> (пятница)	<b>Международный день Матери-Земли</b>	
22 (пятница) 09.00, 09.15	Аукционы по продаже недвижимого имущества в собственность	МКУ «Комитет имущественных отношений» (Д.В. Саржевский)
<b>24</b> (воскресенье)	<b>Международный день солидарности молодежи</b>	
<b>24</b> (воскресенье)	<b>Вербное воскресенье</b>	

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
26 (вторник)	<b>Всемирный день интеллектуальной собственности</b>	
26 (вторник)	<b>День участников ликвидации последствий радиационных аварий и катастроф и памяти жертв этих аварий и катастроф</b>	
27 (среда)	<b>День российского парламентаризма</b>	
27 (среда)	<b>День нотариата в России</b>	
28 (четверг)	<b>Всемирный день охраны труда</b>	
28 (четверг) 09.00	Заседание Белогорского городского Совета народных депутатов	Орготдел Белогорского городского Совета народных депутатов (М.В. Бурвина)
28 (четверг) 16.00	Мобилизационная подготовка	Мобилизационный отдел(И.В. Орлов)
29 (пятница) 16.00	Учёба аппарата	Общий отдел (Л.Н. Шаптала)
30 (суббота)	<b>День пожарной охраны</b>	
по графику	Проведение совместных с МО МВД России «Белогорский» рейдов по выявлению нелегальных пассажироперевозчиков (такси)	Отдел поддержки и развития предпринимательства (В.А. Верхотуров)
ежемесячно (пятница)	Заседание рабочих групп по выполнению плана мероприятий по дополнительной мобилизации налоговых доходов в бюджет муниципального образования г. Белогорск (по отдельному плану)	Заместитель Главы по экономике В.В. Дацко
По мере поступления заявлений	Работа комиссии по выявлению самовольных построек, подготовка документов в надзорные организации	Отдел по строительству и архитектуре (С.Н. Ушаков)
<b>Основные мероприятия, проводимые Правительством области</b>		
01 (пятница) 14.00 Правительство области, каб. № 300	Совещание по ситуации с незаконным оборотом алкоголя и спиртосодержащей продукции в режиме видеоконференцсвязи с главами городских округов и муниципальных районов области	Министерство внешне-экономических связей туризма и предпринимательства области (И.Г.Горевой)



## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

### Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г.

#### Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
<p>04 (понедельник) 09.00 г. Благовещенск, ул. Шимановского, 8</p> <p>11.00</p>	<p>Наблюдательный Совет: - государственных автономных учреждений социального обслуживания: «Благовещенский дом-интернат»; «Райчихинский дом-интернат для престарелых и инвалидов»; «Архаринский дом-интернат для престарелых и инвалидов»; - государственных автономных учреждений: «Белогорский центр содействия семейному устройству детей, оставшихся без попечения родителей, подготовки и сопровождения замещающих семей «Семья»; «Белогорский центр содействия семейному устройству детей, оставшихся без попечения родителей, подготовки и сопровождения замещающих семей «Радуга»; «Дмитриевский детский дом»</p>	<p>Министерство социальной защиты населения области (Ю.Н.Рябинина)</p>
<p>06 (среда) 15.00 Правительство области, каб. № 300</p>	<p>Видеоселекторное совещание с главами муниципальных районов и городских округов области по вопросу реализации мероприятий демографической политики на территории Амурской области по итогам 2015 года</p>	<p>Министерство здравоохранения области (Н.Л.Тезиков), министерство социальной защиты населения области (Ю.Н.Рябинина), министерство образования и науки области (М.Г.Селюч)</p>
<p>07 (четверг) по отдельному плану</p>	<p>«Всемирный день здоровья»</p>	<p>Министерство здравоохранения области (Н.Л.Тезиков), городские округа и муниципальные районы области</p>
<p>07 (четверг) 11.00 Белогорский район, с. Васильевка, Дом культуры</p>	<p>Кустовое совещание по вопросу «Анализ работы хозяйств мясного направления продуктивности в 2015 году. Цели и задачи на 2016 год». (г. Белогорск, Белогорский, Серышевский, Ромненский, Шимановский,</p>	<p>Министерство сельского хозяйства области (А.А.Таран)</p>

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
	Магдагачински, Мазановский, Свободненский, Благовещенский, Ивановский районы)	
14 (четверг) 15.00 Правительство области, каб. № 300	Совещание при губернаторе области с главами муниципальных образований области по вопросу оптимизации штатной численности муниципальных служащих в связи с передачей оказываемых ими услуг в МФЦ и переводом услуг в электронный вид	Управление информатизации области (А.М.Курдюков)
19 (вторник) 10.00 Общественно-культурный центр, малый зал	Торжественное мероприятие, посвящённое Дню местного самоуправления	Министерство внутренней и информационной политики области (А.В.Василенко)
19 (вторник) 15.00-16.00 Правительство области, каб. № 114	Прием граждан губернатором области	Управление по работе с обращениями граждан аппарата губернатора области и Правительства области (О.В.Довлатбегова)
19 (вторник) Правительство области, каб. № 300	Заседание президиума Совета глав муниципальных образований амурской области при губернаторе области	Министерство внутренней и информационной политики области (А.В.Василенко)
20 (среда) 15.00 Правительство области, каб. № 300	Видеоселекторное совещание с главами муниципальных районов и городских округов по вопросу «О состоянии преступности в отношении несовершеннолетних и нарушении их прав»	Заместитель председателя Правительства области (Г.А.Бурмистрова), ответственный секретарь комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав при Правительстве области (В.П.Емельяненко), уполномоченный по правам ребенка в области (Н.П.Третьякова)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
23 (суббота) 10.00 городские округа и муниципальные районы области	Экологический субботник «Зеленая весна»	Министерство природных ресурсов области (Ю.И.Привалов)
<b>Мероприятия, проводимые Законодательным Собранием области</b>		
28 (четверг) 10.00 зал № 1, первый этаж	Заседание Законодательного Собрания области	Законодательное Собрание области (К.В.Дьяконов)
<b>Работа со средствами массовой информации</b>		
Ежедневно	Администрирование официального сайта муниципального образования г. Белогорск	Пресс-служба (М.А. Зингер)
Ежедневно	Подготовка информационных материалов о деятельности органов местного самоуправления в СМИ	Пресс-служба (М.А. Зингер)
<b>Культурно – массовые мероприятия</b>		
01 (пятница) 10.00	По программе «Экологический калейдоскоп»: Игровая экскурсия «Наши пернатые друзья» (ко дню птиц)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
01 (пятница) 16.00 ДК м-на Амурсельмаш	Концертно–развлекательная программа «Смех, да и только!»	МАУ «ДК м-на Амурсельмаш» (М.А. Терещенко)
01 (пятница) 17.30	Познавательная встреча с детским кино «В лесной чаще», по творчеству А. Иванова	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
01.04-10.06 (пятница) Сайт «МБУ «ЦБС г. Белогорска»	Интернет-конкурс «Расскажу с любовью о городе»	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
02 (суббота) МАОУ «Школа № 5 города Белогорск»	Конкурс агитбригад по безопасности дорожного движения среди обучающихся образовательных организаций	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
05 (вторник) 12.15	Мастер – класс по пластилинографии «Колобок»	МАУ «ДК м-на Амур- сельмаш» (М.А. Терещенко)
06 (среда) 10.00 «Школа искусств»	День открытых дверей	МАОУ ДОД «Школа искусств» (О.А. Осетрова)
06 (среда) 17.00	Детская познавательная- развлекательная программа «В гостях у Мультяшки», посвященная Всемир- ному Дню мультфильма	МАУ «ДК м-на Амур- сельмаш» (М.А. Терещенко)
07 (четверг) 11.30	Беседа «Полезные и вредные привыч- ки» - к Всемирному дню здоровья	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
07 (четверг) 14.30	Детская развлекательная программа «На поляне здоровья», посвященная Всемирному Дню здоровья	МАУ «ДК м-на Амур- сельмаш» (М.А. Терещенко)
08 (пятница) МАОУ СШ № 17	Научно-практическая конференция «К вершинам науки»	МКУ «Комитет по об- разованию и делам мо- лодежи» (И.А. Губина)
08 (пятница) 11.00 Библиотека - филиал № 6	Час информации «Курить не модно»	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
08,15,29 (пятница) 13.00 МФЦ ПК	Организация единого дня профессио- нального самоопределения обучаю- щихся	МКУ «Комитет по об- разованию и делам мо- лодежи» (И.А. Губина)
09.04-09.05 (суббота-понедельник)	Вахта памяти. Акция «Ветеран живет рядом»	МКУ «Комитет по об- разованию и делам мо- лодежи» (И.А. Губина)
09 (суббота) 13.00	Мастер-класс: «Космический мобиль» (бумагопластика)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
10 (воскресенье) 18.00 Дом писателя	Заседание клуба гитарной песни «Встреча»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

### Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией города Белогорск в апреле 2016 г.

#### Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
11 (понедельник) 13.00	Встреча с ветеранами «Мы помним те великие года...»	МАУ «ДК м-на Амур-сельмаш» (М.А. Терещенко)
12 (вторник) 11.30	Игровая программа «Космическое путешествие» к Всемирному дню космонавтики	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
12 (вторник) 14.30	Познавательная программа «Космические приключения», посвященная 55-летию со Дня первого полета человека в космос	МАУ «ДК м-на Амур-сельмаш» (М.А. Терещенко)
12 (вторник) Сайт МБУ «ЦБС г. Белогорска»	Виртуальная выставка «Космос поразительный и загадочный» (к Всемирной неделе космоса)	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
12 (вторник) МАОУ Школа № 4 города Белогорск	II открытое городское личностно-командное первенство среди обучающихся по простейшим бумажным авиамоделям, посвященное Дню космонавтики	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
13 (среда) 12.00	Урок мужества «Подвиг лётчика», посвященный памяти Героя Советского Союза Н.Ф. Гастелло	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
15 (пятница) 11.30 Мемориальный сквер	Пешеходная экскурсия «Хорал Памяти» к Международному дню охраны памятников и исторических мест	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
16 (суббота) 13.00	Мастер-класс: «Ветка сирени» (торцевание)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
16 (суббота) 15.00 Дом ветеранов	Концерт народного хора ветеранов «Родники» - «Люблю тебя, моя Россия»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
17 (воскресенье) 13.00 Фойе МАОУ ДОД «Школа искусств»	Выставка работ мастеров декоративно прикладного творчества «Золотые руки»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
17 (воскресенье) 14.00 МАОУ ДОД «Школа искусств» 18.00 МАУ «ДК м-на Амур-сельмаш»	Выступления творческих коллективов в рамках проведения областного смотра-конкурса на подтверждение звания «Народный (образцовый) самодеятельный коллектив»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко) МАОУ ДОД «Школа искусств» (О.А. Осетрова) МАУ «ДК м-на Амур-сельмаш» (М.А. Терещенко)
17 (воскресенье) 17.00	Спектакль «Восемь любящих женщин», по пьесе Р. Тома	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
19 (вторник) МАОУ «Школа № 5 города Белогорск»	Муниципальный этап областного конкурса солистов, вокальных ансамблей среди обучающихся образовательных организаций «Палитра детских голосов»	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
21 (четверг) 12.00	Тематическая викторина «Имена, события, даты» (по истории Великой Отечественной войны 1941-1945гг.)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
21 (четверг) 15.00 Библиотека – филиал № 5	Тематический час «Страницы былой войны»	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
22 (пятница) 10.00 МАОУ «Гимназия № 1»	Муниципальный этап конкурса «Школа безопасности»	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
22 (пятница) 11.30	Дни защиты от экологической опасности: Музейный урок «День Земли»	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
22 (пятница) 14.00 МАОУ Школа № 4 города Белогорск	Молодёжная площадка по электоральному воспитанию молодёжи «Роль молодёжи в гражданском обществе». Интеллектуальная игра в клубе «Брейн-ринг» по теме: «Избирательное право»	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
22 (пятница) г. Благовещенск	Участие цирковых студий ДК в областном конкурсе детского творчества «Юность Амура»	МАУ «ДК м-на Амурсельмаш» (М.А. Терещенко)
23 (суббота) 11.00	Отчетный концерт Школы искусств «Радужная страна»	МАОУ ДОД «Школа искусств» (О.А. Осетрова)
23 (суббота) 13.00	Мастер-класс: «Веселый осьминог» (игрушка из ткани)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
23 (суббота) 14.00 Клуб с. Низинное филиала №1 МАУ «СКО «Союз»»	Спортивно-игровая программа «Самый, самый»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
23 (суббота) 16.00 Сектор общественного доступа к информации	Поэтическое кафе «Глубокое чувство любви и сочувствия» (к 175-летию со дня рождения И.З. Сурикова, русского поэта)- заседание клуба «Распустившаяся лилия»	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
23 (суббота) 17.00 Клуб с. Низинное филиала №1 МАУ «СКО «Союз»»	Детский спектакль «Принцесса без горошины», по пьесе Е. Тыщук	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
26 (вторник) 13.00	Лекция на основе презентации «Чернобыль – чёрная быль» (к 30- летию атомного взрыва на Чернобыльской АЭС)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
27 (среда) 15.00 Дом ветеранов	Концерт для ветеранов «Земной поклон вам, ветераны»	МАОУ ДОД «Школа искусств» (О.А. Осетрова)
29 (пятница) МАОУ «Школа № 5 города Белогорск»	Фестиваль инсценированной патриотической песни	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
29 (пятница) 12.15	Мастер – класс в технике «апликация» «Пасхальная открытка»	МАУ «ДК м-на Амурсельмаш» (М.А. Терещенко)
29 (пятница) 12.45	Открытие детской выставки декоративно-прикладного творчества «Пасха–праздник радости!», приуроченной к празднованию Пасхи	МАУ «ДК м-на Амурсельмаш» (М.А. Терещенко)
29 (пятница) 12.50	Детская танцевально-развлекательная программа «В мире танца», посвященная Международному Дню танца	МАУ «ДК м-на Амурсельмаш» (М.А. Терещенко)
29 (пятница) 17.30 МАОУ ДОД «Школа искусств»	Отчетный концерт хореографического отделения школы искусств	МАОУ ДОД «Школа искусств» (О.А. Осетрова)
30 (суббота) 13.00	Мастер-класс: «Подставка под пасхальное яйцо» (тестопластика)	МБУ «Белогорский краеведческий музей им. Н.Г. Ельченинова» (В.А. Циманович)
30 (суббота) 14.00 Клуб с. Низинное филиала №1 МАУ «СКО «Союз»»	Познавательная программа «Спички – это не игрушка»	МАУ СКО «Союз» (Г.И. Коваленко)
30 (суббота) 14.00 Библиотека - филиал № 5	Час полезной информации «Вариант оздоровления – пение» (заседание клуба «Долголетие»)	МБУ «ЦБС» (Н.В. Бауло)
<b>Спортивные мероприятия</b>		
01-03 (пятница-воскресенье) г. Райчихинск	XIX Комплексная Спартакиада городов Амурской области по шахматам	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
10-14 (воскресенье-четверг) АмГУ г. Благовещенск	УТС перед XIX Комплексной Спартакиадой городов Амурской области по плаванию	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)



## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
13-14 (среда-четверг) 10.00 МАОУ «Школа № 5 города Белогорск»	Теоретический конкурс в рамках проведения II муниципального этапа Всероссийских соревнований школьников «Президентские состязания»	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
15 (пятница) 10.00 МАОУ «Школа № 5 города Белогорск»	Лёгкоатлетическая эстафета в рамках проведения II муниципального этапа Всероссийских соревнований школьников «Президентские состязания»	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
16-17 (суббота-воскресенье) г. Свободный	Многодневные соревнования по спортивному ориентированию «Подснежник»	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
16-17 (суббота-воскресенье) МАУ ДО ДЮСШ «Белогорец»	Открытый Кубок МАУ ДО ДЮСШ «Белогорец» по мини-футболу	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
18 (понедельник) МАОУ «Школа № 200»	Соревнования по стрельбе, разборке и сборке автомата в зачёт городской Спартакиады допризывной молодёжи	МКУ «Комитет по образованию и делам молодежи» (И.А. Губина)
22-24 (вторник-четверг) г. Благовещенск	Чемпионат и Первенство Амурской области по спортивному ориентированию	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
22-24 (вторник-четверг) г. Благовещенск	Первенство ДВФО по легкой атлетике «Приморская весна»	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
23-24 (суббота-воскресенье)	Весеннее Первенство г. Благовещенска по городошному спорту	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
23-24 (суббота-воскресенье)	XIX Комплексная Спартакиада городов Амурской области по плаванию	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
24 (воскресенье) г. Белогорск	Открытый турнир г. Белогорск по джиу-джитсу	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
24-25 (воскресенье-понедельник) г. Свободный	Дальневосточный турнир по легкой атлетике памяти О.В. Качева	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Календарный план основных мероприятий, проводимых Администрацией  
города Белогорск в апреле 2016 г.

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3
26 (вторник) 11.00 стадион «Амурсель- маш»	Городской лёгкоатлетический кросс	МКУ «Комитет по образова- нию и делам молодежи» (И.А. Губина)
27.04 – 03.05 (среда-вторник) г. Райчихинск	Всероссийские соревнования на призы клуба «Кожаный мяч- 2016» среди юношей 2003- 2004гг.р.	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)
28-29 (четверг-пятница) 11.00 стадион «Амурсель- маш»	Декада ГТО по лёгкоатлетиче- ским видам для обучающихся 2-4 ступени	МКУ «Комитет по образова- нию и делам молодежи» (И.А. Губина)
апрель	Кубок ДВФО по футболу	МКУ «Управление по ФК и С» (О.Н. Саяпина)

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### График мероприятий «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» в 2016 году

Таблица В.1 – График мероприятий «Дня открытых дверей в Администрации г. Белогорск» в 2016 году

Наименование мероприятия	Время	Ответственный за проведение мероприятия
Встреча участников в холле	10 час.30 мин.	
Сопровождение группы участников в актовый зал	12 час.30 мин. – 12 час.40 мин.	
Вступительное слово главы Администрации и руководителей отделов	12 час.40 мин – 13 час.55 мин.	
Показ презентационных материалов в актовом зале Администрации: - об истории г. Белогорска; - об основах законодательной власти; - о деятельности Администрации города	13 час.55 мин. – 14 час.15 мин.	
Подведение итогов, общая фотография	15 час.45 мин. – 16 час.00 мин.	

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Управление Администрации города Белогорск

Пресс-релиз

о проведении дня открытых дверей

10 августа 2016 года с 10.30 часов до 16.00 часов состоится «День открытых дверей» для всех желающих.

«День открытых дверей» проводится впервые в рамках проведения предвыборной компании мэра г. Белогорск.

Основная цель мероприятия: Обеспечить широкое информирование жителей города Белогорска, о деятельности Администрации г. Белогорск и главы Администрации г. Белогорск.

Задачи:

1. Организовать встречу населения г. Белогорск с главой города и руководителями отделов Администрации.
2. Обеспечить консультирование населения по вопросам компетенции Администрации.

С программой мероприятия можно ознакомиться на сайте Администрации г. Белогорск.