

Коммуникационная стратегия
московской части национального парка “Лосиный остров”
(отчёт первого этапа работ по договорам № 1/ЛО/СЗ от «14» августа 2024, №
2/ЛО/СЗ от «14» августа 2024, № 3/ЛО/СЗ от «14» августа 2024)

Яблоков, М.С., Ледок У.А., Григорьева П.П.

08.11.2024

Оглавление

1. Введение	3
2. Модель коммуникационной стратегии.....	4
3. Миссия, цели и задачи национального парка «Лосиный остров»	5
4. Анализ коммуникации национального парка с внешней аудиторией.....	7
4.1. Анализ СМИ.....	9
4.2. Анализ соцсетей	23
4.2.1. Анализ комментариев	23
4.2.2. Анализ аудитории	30
5. Стратегия коммуникации с каждой целевой группой.....	34
5.1. “Активисты”	35
5.2. Управляющая команда.....	40
5.3. Бизнес	42
5.4. Блогеры и СМИ	47
5.6. ФГБУ НП «Лосиный остров»	48
5.6. Научное сообщество	51
5.7. Экспертное сообщество	53
5.8. Власти.....	54
5.9. Мотивированные учащиеся	55
5.10. Волонтёры	56
5.11. “Экстремалы”	58
5.12. Пенсионеры	60
5.13. Местные посетители национального парка.....	62
5.14. Туристы.....	65
5.15. Посетители с ограниченными возможностями здоровья..	66
5.16. Остальные учащиеся.....	68
5.17. Местное “пассивное большинство”	70
6. Адаптивное управление реализацией Коммуникационной стратегии. Оценка результатов коммуникации.....	71
7. Заключение	79