

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Уральский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и управление»

**УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала
Финуниверситета**



**А.А. Якушев
«21» апреля 2021 г.**

Н.С. Согрина

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА
И ВЛАСТНЫХ СТРУКТУР GR(GOVERNMENT\ RELATIONS)**

Рабочая программа дисциплины

**для студентов, обучающихся по направлению
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(очная форма обучения)**

*Рекомендовано Ученым советом Уральского филиала Финуниверситета
(Протокол № 31 от «20» апреля 2021 г.)*

*Одобрено кафедрой «Экономика, финансы и управления»
(протокол № 11 от «13» апреля 2021 г.)*

Челябинск, 2021

Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	5
5.1 Содержание дисциплины	5
5.2 Учебно-тематический план	8
5.3 Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	17
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе усвоения образовательной программы	17
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описывание шкал оценивания	19
7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	23
7.4 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов	28
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	29
9. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	30
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	31
12. Описание материальной базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	32

1. Наименование дисциплины

Б.1.1.3.10 «Теория и практика взаимодействия бизнеса и властных структур GR(Government\ Relations)»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>1. Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами.</p> <p>2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующего способы достижения целей социально одобряемыми методами.</p>	<p>Знать: основные принципы этичного ведения профессиональной GR-коммуникации.</p> <p>Уметь: самостоятельно набирать навыки реализации социально приемлемых политико-экономических коммуникаций.</p> <p>Знать: основные понятия принципы профессиональной этики специалистов по GR.</p> <p>Уметь: применять основные знания политической и экономической организации в прикладных ситуациях с учетом норм релевантного социального сообщества.</p>
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	<p>1. Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.</p> <p>2. Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых</p>	<p>Знать: основные правовые нормы, регулирующие отношения бизнеса и власти на современном этапе развития общества.</p> <p>Уметь: применять знания о правовом регулировании GR в рамках конкретных коммуникационных кампаний</p> <p>Знать: приемы сочетания ресурсно-факторного анализа и анализа социально-нормативного контекста коммуникационной кампании.</p>

		норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Уметь: применять навыки экспертной оценки реальных возможностей и ограничений для политических и бизнес-факторов.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.</p> <p>2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении.</p> <p>3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать: основные принципы построения командных стратегий.</p> <p>Уметь: применять знания политико-экономического характера для оптимизации реализации командной стратегии</p> <p>Знать: принятые в сообществе GR-специалистов нормы этического характера и их сочетания с трендами развития общества в целом.</p> <p>Уметь: самостоятельно уточнять для себя требуемые этические нормы GR-работы работы с учетом динамики социальных процессов.</p> <p>Знать: принципы построения и реализации командных задач в коммуникативной сфере.</p> <p>Уметь: координировать работу специалистов различного профиля с целью достижения общего результата коммуникационной кампании.</p>

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и практика взаимодействия бизнеса и властных структур GR(Government \Relations)» является дисциплиной базовой части и входит в модуль общепрофессиональных дисциплин направления

подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью».

4. Объём дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц

Вид промежуточной аттестации – зачет, экзамен

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	Семестр 6	Всего (в з.е. и часах)	Семестр 7
		в часах		в часах
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е., 144	144	5 з.е., 180	180
Аудиторные занятия	52	52	84	84
Лекции	16	16	34	34
Практические занятия	36	36	50	50
в т.ч. в интерактивных формах	18	18	25	25
Самостоятельная работа	92	92	96	96
Текущий контроль	Реферат		Эссе	
Вид промежуточной аттестации	зачет		экзамен	

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1 Содержание дисциплины

Тема 1. Коммуникативные подходы к пониманию значимости взаимодействия бизнеса и политической системы

Теоретические подходы к интерпретации роли политики и власти (властной системы, организации власти) в общественной системе. Политика как сфера борьбы за принятие стратегических решений. Политика как процесс коммуникации. Демократия и иные политические режимы как процесс переговоров. Политика и распределение благ. Регулятивная роль политики для бизнеса.

Политические отношения как конфликты по ценностям и интересам. Экономические интересы и политические ценности. Политические процессы и общественные интересы. Политические интерпретации экономической справедливости. Соотношение ценностей успеха, справедливости, порядка и свободы. Факторы ценностей в политике и этика материального прогресса. Капитализм и государственный социализм: идеология и основные черты

исторического опыта. Исторические особенности роли политики в развитии российского общества и российской экономики.

Тема 2. Экономико-эгоистические интересы коммерческих компаний и политический курс

Цели, задачи, структура и механизмы проведения экономической политики. Политический процесс как организация властного центра и его связи с ключевыми акторами, включая бизнес-игроков.

Стратегические программы, целеполагание и ценностные моменты в определении политических решений в экономике. Максимизация коммерческой прибыли как цель бизнеса и внешние ограничения для этой цели. Теоретические и прикладные аспекты значимости изучения политики через призму экономических интересов. Академическая и политическая дискуссия об элитах, их экономических интересах и выстраиваемой политике. Эволюция теории элит: скептики и оптимисты. Теория олигархии и элитистской демократии. Неомарксисты о слиянии крупного бизнеса и власти, дискуссия с современными теоретиками олигархии. Оправдание эгоистических интересов бизнеса в либертарианских концепциях коммуникации различных систем общества между собой.

Тема 3. Совокупность каналов связи бизнеса и властных структур как пространство для GR-работы

Способы организации government relations посредством экспертных, медийных, публицистических и академических каналов связи. GR и многообразие возможных форм пропаганды. Манипулятивные и консоциативные методы поднятия легитимности конкретного предприятия и бизнеса в целом как вида деятельности. Методы поднятия легитимности властных структур. Институциональный и неинституциональный подход к анализу взаимодействия властных структур и бизнеса. Д.Норт и его продолжатели. Пропагандистская и политическая значимость глобальных исследований по экономическим закономерностям в истории (поддержка ставки на частную инициативу или на социально-протективную функцию государства).

Политическая, общественная и публицистическая активность известных академических неинституционалистов.

Дискуссия о желаемом уровне и формате государственных расходов и инвестиций. Государственные расходы и качество институтов. Дискуссия об экономической ренте и ее современные интерпретации. Дискуссия об административной и политической ренте в актуальном формате работы

властных структур и бизнеса. Дебаты о «ресурсном проклятии» и его влиянии на взаимодействие бизнеса и власти. GR-каналы в рамках современных трендов мирового развития (климатическая политика, глобализация, экономическая и политическая интеграция).

Тема 4. GR как технология коммуникации власти и бизнеса

Легальный GR и лоббизм за пределами явной политической коррупции. Краткая история легального GR: опыт основных стран. «Консоциативный («опосредованный») лоббизм», «public affairs management» как альтернатива и «жесткому PR». Подключение к лоббизму гражданского общества («grassroots campaigns»): «белые» и «черные» методики, возможность использования гражданских ассоциаций и активистов в бизнес-борьбе. Учет GR-специалистами «леволиберального шифта/дрейфа» как черты идеологической моды современных западных обществ (политкорректность, меньшинства, экологизм).

Экспертное и журналистское сообщества в лоббистских процессах. Работа РСПП. Основные черты GR в России. Проблема правовых оснований легальной и институционализированной лоббистской деятельности в современной России. Слабость политических партий России как лоббистского канала. Эволюция концепций и законопроектов о лоббизме в постсоветской России.

Тема 5. Особенности GR в постсоветской истории отношений российских экономических и политических агентов

Теория о трансформации политического потенциала номенклатуры в собственность. «Олигархическая республика» 1990-х, основные ФПГ и олигархи как личности. GR-обоснования легитимности проходивших социально-политических и экономических изменений. Основные черты приватизации 1990-х гг. Залоговые аукционы. «Семибанкирщина». «Дело «Связьинвеста». Отношения крупных предпринимателей и кабинетов министров РФ. Олигархи и СМИ в 1990-х гг.

Крупный бизнес в первые годы президентской власти В. Путина «Дела «медиаолигархов» Б. Березовского и В. Гусинского. Кампания начала «нулевых годов» по «равноудалению олигархов». «Дело ЮКОСа»: ход событий, экономические и политические последствия, основные политические, академические и публицистические интерпретации. Адаптация GR-специалистов к экономике и политике переходного периода (российского транзита).

Тема 6. Тенденции в развитии GR в контексте современной динамики отношений власти и бизнеса в России

Черты политики «позднего Путина». Сокращение публичной политической конкуренции, рост значимости непубличной политики.

«Непубличный GR». Основные клановые группировки: соотношение ресурсов, стратегий, союзников и противников. Теория «Политбюро 2.0» от «Минченко-консалтинг». Курс на государственные инвестиции. Феномен госкорпораций, «национальных чемпионов», «национальных проектов», рост значимости государственного бизнеса.

Правительство и ключевые бизнес-компании страны. Основные правительственные ведомства, отвечающие за экономику и регулирование отраслей народного хозяйства. Формальные бюрократические иерархии vs реальные патрон-клиентские отношения. Соотношения формальных и реальных полномочий правительства РФ и Администрации президента РФ в регулировании экономических процессов.

GR и нестабильность налоговой политики, проблема частого пересмотра стратегий развития, «виртуальность» стратегий. Теория «вахтовой работы» крупного бизнеса в РФ. «Приватизационные войны» в современной России. GR- обеспечение позиций сторонников и противников приватизации, аргументы сторон. Возможные сценарии передела собственности, трансформация политического и менеджериального контроля над компаниями в полноценную собственность и возможные интерпретации данных сценариев («бароны- разбойники по-русски», «транзиторная рента» и т.п.). Параллельное развитие формального и неформального GR в России, профильные агентства (аутсорсинг) как конкуренты GR-департаментам внутри компаний и владельцам или топ-менеджерам бизнеса как джигарщикам самого высокого уровня.

5.2. Учебно-тематический план

Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваем ости
	Всего	Аудиторная работа				Самост оитель ная работа	
		Общая	Лекци и	Практиче ские и семинарс кие занятия	Занятия в интерактив ных формах		
Тема 1 Коммуникативные подходы к пониманию значимости	54	22	8	14	7	32	Опрос, проверка домашнего задания, групповая

взаимодействия бизнеса и политической системы							дискуссия
Тема 2 Экономико-эгоистические интересы коммерческих компаний и политический курс	54	26	10	16	8	28	Анализ и решение ситуационных задач (кейсов), дискуссия по докладам
Тема 3 Совокупность каналов связи бизнеса и властных структур как пространство для GR-работы	54	22	8	14	7	32	Групповая дискуссия, анализ кейсов
Тема 4 GR как технология коммуникации власти и бизнеса	54	26	10	16	8	28	Опрос, подготовка рефератов, анализ и решение кейсов
Тема 5 Особенности GR в постсоветской истории отношений российских экономических и политических агентов	54	22	8	14	7	32	Обсуждение докладов, групповая дискуссия
Тема 6 Тенденции в развитии GR в контексте современной динамики отношений власти и бизнеса в России	54	18	6	12	6	36	Анализ кейсов, дебаты по темам докладов, групповая дискуссия, подготовка эссе
В целом по дисциплине:	324	136	50	86	43	188	Согласно учебному плану: реферат, эссе
ИТОГО:					%		

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Формы проведения занятий
Тема 1 Коммуникативные подходы к пониманию значимости взаимодействия бизнеса и политической системы	Теоретические подходы к интерпретации роли политики и власти (властной системы, организации власти) в общественной системе. Политика как сфера борьбы за принятие стратегических решений. Политика и распределение благ. Регулятивная роль политики для бизнеса. Политические отношения как конфликты по ценностям и интересам. Экономические интересы и политические ценности. Политические процессы и общественные интересы. Политические интерпретации экономической справедливости. Соотношение ценностей успеха, справедливости, порядка и свободы. <i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i>	Опрос, дискуссия
Тема 2 Экономико-эгоистические интересы коммерческих компаний и политический курс	Цели, задачи, структура и механизмы проведения экономической политики. Политический процесс как организация властного центра и его связи с ключевыми акторами, включая бизнес-игроков. Стратегические решения, деятельность в сфере целеполагания, ценности в проекции политических решений в экономике. <i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i>	Опрос, дискуссия
Тема 3 Совокупность каналов связи бизнеса и властных структур как пространство для GR-работы	Способы организации government relations посредством экспертных, медийных, публицистических и академических каналов связи. GR и многообразие возможных форм пропаганды. Манипулятивные и консоциативные методы поднятия легитимности конкретного предприятия и бизнеса в целом как вида деятельности. Методы поднятия легитимности властных структур. Институциональный и неоинституциональный подход к анализу взаимодействия властных структур и бизнеса. Д.Норт и его продолжатели. <i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i>	Опрос, дискуссия, подготовка к эссе
Тема 4 GR как технология коммуникации власти и бизнеса	Легальный GR и лоббизм за пределами явной политической коррупции. Краткая история легального GR: опыт основных стран.	Опрос, дискуссия

	<p>«Консоциативный («опосредованный») лоббизм», «public affairs management» как альтернатива «жесткому PR». Подключение к лоббизму гражданского общества («grassroots campaigns»): «белые» и «черные» методики, возможность использования гражданских ассоциаций и активистов в бизнес-борьбе</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	
Тема 5 Особенности GR в постсоветской истории отношений российских экономических и политических агентов	<p>Теория о трансформации политического потенциала номенклатуры в собственность.</p> <p>«Олигархическая республика» 1990-х, основные ФПП и олигархи как личности. GR-обоснования легитимности проходивших социально-политических и экономических изменений. Основные черты приватизации 1990-х гг. Залоговые аукционы. «Семибанкирщина». «Дело «Связьинвеста». Отношения крупных предпринимателей и кабинетов министров РФ. Олигархи и СМИ в 1990-х гг.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	Опрос, дискуссия
Тема 6 Тенденции в развитии GR в контексте современной динамики отношений власти и бизнеса в России	<p>Черты политики «позднего Путина». Сокращение публичной политической конкуренции, рост значимости непубличной политики. «Непубличный GR». Основные клановые группировки: соотношение ресурсов, стратегий, союзников и противников. Теория «Политбюро 2.0» от «Минченко-консалтинг». Курс на государственные инвестиции. Феномен госкорпораций, «национальных чемпионов», «национальных проектов», рост значимости государственного бизнеса.</p> <p><i>Рекомендованные источники раздела 8: 1-6</i> <i>Рекомендованные источники раздела 9: 1-9</i></p>	Опрос, дискуссия, подготовка к эссе

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1 Коммуникативные подходы к пониманию значимости взаимодействия бизнеса и политической системы	Капитализм и государственный социализм: идеология и основные черты исторического опыта. Исторические особенности роли политики в развитии российского общества и российской экономики	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками. Подготовка к написанию реферата..
Тема 2 Экономико-эгоистические интересы коммерческих компаний и политический курс	Оправдание эгоистических интересов бизнеса в либертарианских концепциях коммуникации различных систем общества между собой.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Тема 3 Совокупность каналов связи бизнеса и властных структур как пространство для GR-работы	GR-каналы в рамках современных трендов мирового развития (климатическая политика, глобализация, экономическая и политическая интеграция).	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Тема 4 GR как технология коммуникации власти и бизнеса	Слабость политических партий России как лоббистского канала. Эволюция концепций и законопроектов о лоббизме в постсоветской России.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
Тема 5 Особенности GR в постсоветской истории отношений российских экономических и политических агентов	Адаптация GR-специалистов к экономике и политике переходного периода (российского транзита).	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.

Тема 6 Тенденции в развитии GR в контексте современной динамики отношений власти и бизнеса в России	Параллельное развитие формального и неформального GR в России, профильные агентства (аутсорсинг) как конкуренты GR-департаментам внутри компаний и владельцам или топ-менеджерам бизнеса как джиарщикам самого высокого уровня.	Работа с конспектом и слайдами лекции/семинара; составление плана и тезисов ответа; составление ответов на контрольные вопросы; работа со словарями и справочниками.
---	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Вопросы для подготовки к дискуссии

1. Трансформация ключевых для европейского бизнеса управленческих функций и политической роли Совета ЕС и Европейского совета в 2000-е гг.
2. GR-обеспечение трансформации политических и управленческих функций Еврокомиссии.
3. GR и реформа корпоративного управления в Великобритании: кодекс Кэдбери.
4. PR и GR-обеспечение в антимонопольных расследованиях Еврокомиссии.
5. GR в работе «Газпрома» на европейском рынке.
6. Актуальная дискуссия американских политиков и экспертов о трендах в развитии GR в США.
7. Развитие института бизнес-омбудсмена: опыт ключевых стран.
8. Политическая дискуссия в современной Канаде о границах и желаемой степени государственного экологического регулирования: опыт проекта KeystoneXL.
9. Политическая дискуссия в США о границах либерализации экспорта углеводородов: позиции основных игроков и потенциал их лоббистских усилий.
10. GR-обеспечение курса на евроинтеграцию в ходе функционирования «постмайданной» власти и ее бизнес-партнеров на Украине.
11. «Электронное правительство» и «электронная демократия»: пространство для GR-работы.
12. GR в конфликтах в российском ТЭК.
13. Политическое управление на уровне институтов ЕС: GR-обеспечение.
14. Основные институты политического управления в США: GR-обеспечение.
15. Политико-экономические конфликты в современной Европе с участием крупного бизнеса на примере энергетической сферы.

16. Коммуникация власти и бизнеса в позднем Советском Союзе.
17. Особенности взаимодействия бизнеса властных структур в ФРГ.
18. Взаимодействие органов государственной власти и крупного бизнеса в современной Франции.
19. Лоббистские усилия по либерализации правил регулирования работы газовой отрасли современной России.
20. Экологический лоббизм и экологизм как политическая идеология.

Примерные темы рефератов

1. Политический либерализм, центризм, социальный консерватизм, коммунизм: видение коммуникативных отношений бизнеса и властных структур.
2. Современные европейские политические интерпретации экономической справедливости: политический либерализм, центризм, социальный консерватизм.
3. Исследования российских авторов о связи политического управления и конституционного дизайна, его влияния на отношения власти с бизнесом.
4. Политически мотивированные санкции западных государств в экономике: экспертные исследования их GR-обеспечения.
5. GR на уровне ключевых международных институтов и организаций, важных для международного бизнеса.
6. Академическая и политическая дискуссия о западных элитах, их управленческой роли и выстраиваемой политике: применимость для коммуникативных стратегий.
7. Западные неомарксисты о слиянии крупного бизнеса и власти, дискуссия с современными западными теоретиками полиархии.
8. «GR от имени марксиста».
9. Дискуссии в современной политике о желаемом уровне и формате государственных расходов и инвестиций.
10. GR-обеспечение политического управления международными интеграционными процессами.
11. Клиентелизм как механизм функционирования параллельной структуры власти и подчинения: значение для современного бизнеса.
12. Иерархии неформальной власти и сети доверия в отношениях бизнеса и властных структур.
13. Современные эксперты и ученые о коммуникациях власти и бизнеса на постсоветской Украине.
14. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в современной Франции.
15. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветской Киргизии.
16. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветском Узбекистане.

17. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветском Таджикистане.
18. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветском Казахстане.
19. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветском Туркменистане.
20. Исследования современных авторов о коммуникации власти и бизнеса в постсоветской Латвии.

Примерная тематика эссе

1. Thinktanks и Центры публичной политики: применение для GR-деятельности.
2. Необходимо ли для продуктивного отношения бизнеса и властных структур сильное государство?
3. Формальные и неформальные иерархии управления государственным бизнесом: российский опыт.
4. «Политические сети» в политических системах и политическом управлении: российский опыт.
5. Социально-политическая теория олигархии на современном этапе развития обществ: в чем новизна и в чем следование интеллектуальной традиции.
6. Анализ концепции лоббизма Р.Холла: политическое управление и GR в США.
7. Политическая дискуссия о степени демократизма и эффективности работы институтов ЕС по регулированию экономических процессов.
8. Особенности GR-обеспечения работы крупных компаний в российском ТЭК.
9. Особенности GR-обеспечения работы крупных компаний в российском банковском секторе.
10. Анализ концепции «силового предпринимательства» в современной России» (пример отрасли по выбору студента).
11. Функции GR в политическом регулировании экономики: основные направления в теоретических дискуссиях.
12. Типология релевантных для бизнес-проблем политических конфликтов.
13. Эволюция GR-коммуникаций в государствах ЕС на фоне европейской интеграции.
14. Эволюция GR-коммуникаций в государствах ЕАЭС на фоне евразийской интеграции.
15. Влияние создания и функционирования BRICS на GR-коммуникации.
16. Влияние Brexit на будущие тенденции в развитии европейских GR-коммуникаций.

17. Эволюция стратегий современной британской политико-экономической коммуникации.
18. Актуальные тенденции в развитии влияния политика бизнеса- решения польских экономических субъектов.
19. Использование политических партий в коммуникациях власти и бизнеса.
20. Границы применимости пропагандистских механизмов в GR.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов-бакалавров, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Основными формами текущего контроля знаний являются:

- участие в дискуссиях по проблемным темам дисциплины;
- выполнение тестовых заданий и их обсуждение;
- выполнение реферата, эссе.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета и экзамена.

Оценка знаний студентов-бакалавров осуществляется в баллах с учетом:

- оценки за работу в семестре/модуле (участие в дискуссиях, выполнение тестовых заданий, написание контрольной работы и т.д.);
- оценки, полученной на зачете, экзамене.

Оценка знаний по 100-балльной шкале реализуется в соответствии с критериями балльно-рейтинговой системы Финансового университета.

Основные требования к результатам освоения дисциплины

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка или зачет	Баллы (рейтинговая оценка)
Глубокое усвоение программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (высокий уровень сформированности компетенций), логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Отлично/ Зачтено</i>	86-100
Твердые знания программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (продвинутый уровень сформированности компетенций), грамотное и по существу его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе на вопрос, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>Хорошо/ Зачтено</i>	70-85
Знание только основного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (пороговый уровень сформированности компетенций), допустимы неточности в ответе на вопрос, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности	<i>Удовлет. / Зачтено</i>	51-69

в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.		
Незнание значительной части программного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины (не сформирован пороговый уровень компетенций), неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы билета к зачету, экзаменационного билета, невыполнение практических заданий.	<i>Неудовлет. / Не зачтено</i>	<i>0-50</i>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Перечень результатов, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Этапы формирования компетенций

№ темы	Тематика занятия	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенций (знания, умения)
1	Коммуникативные подходы к пониманию значимости взаимодействия бизнеса и политической системы	ОПК-7 УК-2	Опрос, дискуссия	Знать: - теоретические подходы к интерпретации роли политики и власти (властной системы, организации власти) в общественной системе; - политические отношения как конфликты по ценностям и интересам. Уметь: - применять различные подходы к интерпретации роли политики и власти в общественной системе; - выявлять факторы ценностей в политике и этика материального прогресса.
2	Экономико-эгоистические интересы коммерческих компаний и	ОПК-7 УК-3	Опрос, дискуссия	Знать: - цели, задачи, структура и механизмы проведения экономической политики; - стратегические программы,

	политический курс			<p>целеполагание и ценностные моменты в определении политических решений в экономике.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать политический процесс как организацию властного центра; - оценивать значимость политики через призму экономических интересов.
3	Совокупность каналов связи бизнеса и властных структур как пространство для GR-работы	УК-2 УК-3	Опрос, дискуссия, подготовка к эссе	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы организации government relations; - государственные расходы и качество институтов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы поднятия легитимности властных структур; - дискутировать о желаемом уровне и формате государственных расходов и инвестиций.
4	GR как технология коммуникации власти и бизнеса	ОПК-7 УК-3	Опрос, дискуссия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - краткую историю легального GR; - работу РСПП; - основные черты GR в России. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать «леволиберальный шифт/дрейф»; - анализировать проблему правовых оснований легальной и институционализированной лоббистской деятельности в современной России.
5	Особенности GR в постсоветской истории отношений российских экономических и политических агентов	УК-2 УК-3	Опрос, дискуссия	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - теорию о трансформации политического потенциала номенклатуры в собственность; - адаптацию GR-специалистов к экономике и политике переходного периода. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить GR-обоснования легитимности проходивших социально- политических и экономических изменений.
6	Тенденции в развитии GR в	ОПК-7 УК-2	Опрос,	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные клановые

	контексте современной динамики отношений власти и бизнеса в России		дискуссия, подготовка к эссе	<p>группировки;</p> <p>- основные правительственные ведомства, отвечающие за экономику и регулирование отраслей народного хозяйства;</p> <p>- GR- обеспечение позиций сторонников и противников приватизации, аргументы сторон.</p> <p>Уметь:</p> <p>- выявлять формальные бюрократические иерархии vs реальные патрон-клиентские отношения;</p> <p>- определять профильные агентства (аутсорсинг) как конкурентов GR-департаментам внутри компаний.</p>
--	--	--	------------------------------	---

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описывание шкал оценивания

Компетенция **ОПК-7** – Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания</i>	<i>Шкала оценивания</i>
1 Учитывает индивидуальную и коллективную ответственность перед обществом за результаты профессиональной деятельности в соответствии с существующими правовыми и моральными нормами	<p>Знать: основные принципы этичного ведения профессиональной GR-коммуникации.</p> <p>Уметь: нарабатывать типовые навыки реализации социально приемлемых политико-экономических коммуникаций.</p>	Пороговый уровень от 50 баллов
	<p>Знать: основные принципы этичного ведения профессиональной GR-коммуникации.</p> <p>Уметь: самостоятельно нарабатывать типовые навыки реализации социально приемлемых политико-экономических коммуникаций.</p>	Продвинутый уровень от 70 баллов
	<p>Знать: основные принципы этичного ведения профессиональной GR-коммуникации.</p> <p>Уметь: самостоятельно нарабатывать навыки реализации социально приемлемых политико-экономических коммуникаций.</p>	Высокий уровень от 86 баллов

2. Следует кодексу профессиональной этики, регулирующего способы достижения целей социально одобряемыми методами	Знать: основные понятия и принципы профессиональной этики специалистов по GR. Уметь: применять базовые знания политической и экономической организации в прикладных ситуациях и с учетом норм релевантного социального сообщества.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать: основные понятия и принципы профессиональной этики специалистов по GR. Уметь: применять типовые знания политической и экономической организации в прикладных ситуациях и с учетом норм релевантного социального сообщества.	Продвинутый уровень от 70 баллов
	Знать: основные понятия и принципы профессиональной этики специалистов по GR. Уметь: применять основные знания политической и экономической организации в прикладных ситуациях и с учетом норм релевантного социального сообщества.	Высокий уровень от 86 баллов

Компетенция УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания</i>	<i>Шкала оценивания</i>
1. Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.	Знать: базовые правовые нормы, регулирующие отношения бизнеса и власти на современном этапе развития общества. Уметь: применять базовые знания о правовом регулировании GR в рамках конкретных коммуникационных кампаний	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать: типовые правовые нормы, регулирующие отношения бизнеса и власти на современном этапе развития общества. Уметь: применять типовые знания о правовом регулировании GR в рамках конкретных коммуникационных кампаний	Продвинутый уровень от 70 баллов
	Знать: основные правовые нормы, регулирующие отношения бизнеса и власти на современном этапе развития общества. Уметь: применять знания о правовом	Высокий уровень от 86 баллов

	регулировании GR в рамках конкретных коммуникационных кампаний	
2. Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: базовые приемы сочетания ресурсно- факторного анализа и анализа социально- нормативного контекста коммуникационной кампании. Уметь: применять типовые навыки экспертной оценки реальных возможностей и ограничений для политических и бизнес- факторов.	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать: типовые приемы сочетания ресурсно- факторного анализа и анализа социально- нормативного контекста коммуникационной кампании. Уметь: применять типовые навыки экспертной оценки реальных возможностей и ограничений для политических и бизнес- факторов.	Продвинутый уровень от 70 баллов
	Знать: приемы сочетания ресурсно- факторного анализа и анализа социально- нормативного контекста коммуникационной кампании. Уметь: применять навыки экспертной оценки реальных возможностей и ограничений для политических и бизнес- факторов.	Высокий уровень от 86 баллов

Компетенция **УК-3** – Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

<i>Показатели оценивания</i>	<i>Критерии оценивания</i>	<i>Шкала оценивания</i>
1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими членами команды, участвуя в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.	Знать: базовые принципы построения командных стратегий. Уметь: применять базовые знания политико- экономического характера для оптимизации реализации командной стратегии	Пороговый уровень от 50 баллов
	Знать: типовые принципы построения командных стратегий. Уметь: применять типовые знания политико- экономического характера для оптимизации реализации командной стратегии	Продвинутый уровень от 70 баллов
	Знать: основные принципы построения командных стратегий. Уметь: применять знания политико- экономического характера для	Высокий уровень от 86 баллов

	оптимизации реализации командной стратегии	
2. Соблюдает этические нормы в межличностном профессиональном общении.	Знать: принятые в сообществе GR-специалистов нормы этического характера. Уметь: уточнять для себя требуемые этические нормы GR-работы работы.	<i>Пороговый уровень от 50 баллов</i>
	Знать: принятые в сообществе GR-специалистов нормы этического характера и их сочетания с трендами развития общества в целом. Уметь: самостоятельно уточнять для себя требуемые этические нормы GR-работы работы.	<i>Продвинутый уровень от 70 баллов</i>
	Знать: принятые в сообществе GR-специалистов нормы этического характера и их сочетания с трендами развития общества в целом. Уметь: самостоятельно уточнять для себя требуемые этические нормы GR-работы работы с учетом динамики социальных процессов.	<i>Высокий уровень от 86 баллов</i>
3. Понимает и учитывает особенности поведения участников команды для достижения целей и задач в профессиональной деятельности.	Знать: базовые принципы построения и реализации командных задач в коммуникативной сфере. Уметь: координировать работу специалистов различного профиля.	<i>Пороговый уровень от 50 баллов</i>
	Знать: типовые принципы построения и реализации командных задач в коммуникативной сфере. Уметь: координировать работу специалистов различного профиля с целью достижения общего результата коммуникационной кампании.	<i>Продвинутый уровень от 70 баллов</i>
	Знать: принципы построения и реализации командных задач в коммуникативной сфере. Уметь: координировать работу специалистов различного профиля с целью достижения общего результата коммуникационной кампании.	<i>Высокий уровень от 86 баллов</i>

Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
	Оценка		
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОПК – 7	Реферат, эссе	Реферат, эссе	Реферат, эссе
	Тестирование	Обсуждение вопросов	Обсуждение

		по темам	вопросов по темам
		Опрос	Опрос /Тесты
УК – 2	Реферат, эссе	Реферат, эссе	Реферат, эссе
	Тестирование	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
		Опрос	Опрос /Тесты
УК – 3	Реферат, эссе	Реферат, эссе	Реферат, эссе
	Тестирование	Обсуждение вопросов по темам	Обсуждение вопросов по темам
		Опрос	Опрос /Тесты

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный тест

1. Предшествует началу (этапу) разработки стратегии и тактики политической (избирательной) кампании:

- а. определение этапов и мероприятий избирательной кампании
- б. формирование материально-технической базы избирательной кампании
- в. комплексный анализ избирательного поля**

2. Выделите из трех предложенных вариантов ответов сущностную характеристику коммуникационного института рекламы:

- а. установление долгосрочных доброжелательных, доверительных отношений субъекта рынка с целевыми аудиториями общественности
- б. продвижение бренда товара или услуги
- в. целенаправленное воздействие на потребителя с помощью средств информации для продвижения товара, услуги, идеи на потребительском рынке**

3. Политическая предвыборная агитация кандидата на выборный мандат разрешена:

- а. за 30 дней до дня голосования
- б. с момента уведомления избирательной комиссии о выдвижении кандидата (списка кандидатов)**
- в. с момента регистрации в избирательной комиссии

4. «Лидеры мнений» — это:

а. люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний

б. круг лиц, обычно граждан государства, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах, достигших 18-летнего возраста и не лишенных избирательного права в силу недееспособности или отбывания срока наказания по решению суда

в. люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении

5. Концепция PR-кампании разрабатывается в ходе планирования:

а. тактического

б. стратегического

6. Создание структуры управления избирательной кампанией относится:

а. к стратегии кампании

б. к содержанию кампании

в. к тактике кампании

7. Впервые начал вести практическую работу в области PR:

а. Эдвард Бернейз

б. Айви Ли

в. Томас Джефферсон

8. Статус официального консультанта ООН по проблеме стратегических коммуникаций в мире имеет:

а. IPRA

б. ICO

в. IABC

9. Бриф – это:

а. набор, комплект, пакет, специально подготовленный для представителей СМИ

б. исследования различных характеристик СМИ

в. краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании

10. Политическая предвыборная агитация кандидатов (списка кандидатов) в средствах массовой информации начинается:

а. с момента регистрации кандидата (списка кандидатов)

б. за 30 дней до дня голосования

в. с момента назначения выборов

11. Минимальные стандарты качества (МСК) разработаны Международным институтом качества связей с общественностью и приняты:

а. в июне 1995 г. в Москве

б. в июне 1997 г. в Хельсинки

в. в июне 1979 г. в Афинах

12. Политическая реклама – это:

а. краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании

б. форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральное поведение в лаконичной, оригинальной, легко запоминаемой форме

в. совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью

13. Заключительной стадией модели побудительной функции рекламы (формула AIDA) является:

а. пробуждение интереса потребителя к содержанию идеи рекламного послания

б. побуждение потребителя к действию

в. привлечение внимания к товару, услуге

14. К основаниям для признания выборов несостоявшимися относят:

а. решение суда

б. решение избирательной комиссии

в. явку избирателей ниже установленной нормы

15. Лоббирование – это:

а. анализ, контроль политической деятельности какой-либо организации или деятельности в целом политической организации специальными аудиторскими фирмами

б. совокупность действий частных и общественных организаций, воздействующих на принятие решений законодательной или исполнительной властью

в. форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральное поведение в лаконичной, оригинальной, легко запоминаемой форме

16. Первым шагом при разработке и реализации PR-кампании является:

а. исследование целевых аудиторий общественности

б. составление медиа-плана

в. определение стратегии

Примеры практико-ориентированных заданий

Задание 1

Выберите из новостной ленты три актуальных события, отражающих формирование общественного согласия либо несогласия с работой какой-либо важной для бизнеса политической организации. Составьте аналитическую записку по данным событиям и с помощью методики ресурсно-факторного анализа укажите, какую границу общественного несогласия может позволить себе политическая организация своими действиями в отношении бизнеса.

Задание 2

Предложите план коммуникативной кампании в европейских структурах в поддержку предупреждения антимонопольных ограничений для работы газопровода «Северный поток 2» и сухопутных ответвлений от него с учетом актуальных изменений в праве ЕС и характера обсуждения этих изменений политиками в ЕС и в странах-партнерах ЕС.

Задание 3

Сравните возможности лоббистов налоговых льгот в нефтегазовой отрасли в 1990-е и 2000-е гг. Проанализируйте деятельность основных

политических и экономических факторов в указанный период с учетом изменившихся правовых норм, политических возможностей и ограничений и объясните разницу в работе GR-специалистов этих эпох. Сделайте выводы по полученным результатам в виде сравнительной таблицы.

Задание 4

По материалам деловых СМИ найти информацию о наиболее масштабных за последние несколько лет льготах для российского крупного бизнеса. Составьте «когнитивную карту этики» спикеров от имени крупного бизнеса с анализом объяснений, которые дает бизнес в отношении необходимости собственных льгот. Определите, какие аргументы в пользу льгот от государства бизнес считает наиболее этичными и почему.

Задание 5

Выберите компанию из числа крупных в России и проведите анализ профессиональной команды, которая осуществляет коммуникативные кампании для этой фирмы. Охарактеризуйте по материалам деловых СМИ и по интервью особенности разделения труда в команде, особенности биографий и компетенций участников команды, их связи с элитными и медийными кругами.

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Элитистская интерпретация общественных процессов. Концентрация власти и собственности в руках элиты.
2. Теории олигархии, сращивания власти и крупного бизнеса, политико-экономические конгломераты элиты и их влияние на общественные отношения.
3. Теории легитимности элиты, способов обоснования претензий на власть и собственность. Консоциативные и манипулятивные методы обоснования легитимности.
4. Патриомониализм и неопатримониализм: влияние на взаимодействие политических и экономических игроков.
5. Клиентеизм и патрон-клиентские отношения. Примеры персональных клиентел. Иерархии неформальной власти и сети доверия в политике и политико-экономических отношениях.
6. Социальный капитал как видение общественной интеграции и противодействия экстремальным формам клиентеизма. Р.Патнэм, Ф.Фукуяма. Позитивный и негативный социальный капитал, эффекты для работы бизнеса.
7. Интерпретации феномена гражданского общества (L- и M-парадигмы – парадигма Локка и парадигма Монтескье, интерпретация Хабермаса) и его влияния на политико-экономические отношения.
8. Метод мобилизации псевдогражданских структур для политической и бизнес-борьбы.
9. Зарождение и развитие концепции групп интересов как игроков (представителей игроков) в политике и экономике.
10. Развитие концепции корпоративизма.
11. Теория общественного выбора и основные подходы к феномену лоббизма.
12. Проблема злоупотребления программами «количественного смягчения» и «стимулирующих пакетов», уязвимости неокейнсианского курса.
13. Институциональная теория в изучении отношений бизнеса и властных структур.
14. Дискуссии о «ресурсном проклятии»: нормативистские и эвристические интерпретации.
15. Ключевые сюжеты в истории отношений власти и бизнеса в постсоветской России (залоговые аукционы, «семибанкирщина», «дело «Связьинвеста»).
16. Кампания по «равноудалению олигархов» в период первого

- президентского срока В.Путина: основные события и их интерпретации.
17. Полномочия государственных органов в современной России: пределы регулирования в отношении «политически защищенных» и «незащищенных» компаний.
 18. Группы современной российской элиты: основные кланы, клиентелы, стратегии, ресурсы и интересы. Теория «Политбюро 2.0»: сила и слабость концепта.

Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Специфика политических коммуникаций как одной из сфер борьбы за принятие стратегических и регулятивных решений в экономической деятельности.
2. Академические взгляды на структуру современных западных элит и их коммуникативные возможности в политике: основные парадигмы.
3. Неомарксистский взгляд на коммуникацию властных структур и крупного бизнеса.
4. Политическая коммуникация и транзакционные издержки: неоинституциональный взгляд.
5. Экономические аспекты в программатике и коммуникациях основных российских политических партий.
6. Позитивный взгляд на политико-экономическую коммуникацию: теория элитистской демократии и полиархии.
7. GR- и PR-обеспечение политики санкций стран Запада на уровне ключевых международных институтов и организаций.
8. Оптимистическая трактовка коммуникации между группами интересов в политике и экономике (А.Бентли, Д.Трумэн).
9. GR в условиях *crony capitalism* («капитализма для своих»): основные интерпретации.
10. Влияние макроэкономического курса правительства страны на GR-работу крупных компаний.
11. «Теория обмена» Р.Солсбери (Robert H. Salisbury) в дискуссии о группах интересов в политике и экономике.
12. GR в условиях рентоориентированного поведения элит.
13. Дискуссия о коммуникациях между группами интересов в политике и экономике: подход М.Олсона.
14. Коммуникационное сопровождение политической борьбы компаний РФ за выделение им средств ФНБ.
15. Дискуссия о коммуникациях между группами интересов в политике и экономике: подход Г.Таллока.
16. Связь GR и актуального политического дискурса о роли государства в российской экономике.
17. GR-сопровождение борьбы лоббистов за увеличение госрасходов: теория и российский опыт.
18. Дискуссия об экономической ренте и ее современные политические интерпретации.

19. Особенности работы госкорпораций и ее GR-обеспечения в России.
20. «Ресурсное проклятие»: основные модели и объяснения для вывода особенностей политического курса из ресурсной экономики.
21. GR в условиях президенциализма.
22. Транзиторная рента как объяснительная модель для взаимодействия бизнеса и властных структур в переходных обществах.
23. Теория «Политбюро «2.0» как объяснительная модель внутриэлитной коммуникации в РФ.
24. Теория «общественного выбора»: механизмы оптимизации внутриэлитного взаимодействия. Работы Э.Остром.
25. GR в условиях либеральной глобализации: концепция и гипотеза «восстания элит».
26. Проанализируйте коммуникационную стратегию «Газпрома» во взаимоотношении с властными структурами.
27. Проанализируйте коммуникационную стратегию Сбербанка во взаимоотношении с властными структурами и рыночными конкурентами
28. Проанализируйте коммуникационную стратегию «Роснефти» во взаимоотношении с властными структурами и рыночными конкурентами.
29. Проанализируйте коммуникационную стратегию госкомпании «Роснано» во взаимоотношении с властными структурами и рыночными конкурентами.
30. Проанализируйте коммуникационную стратегию госкорпорации «Росатом» во взаимоотношении с властными структурами и конкурентами на мировом энергетическом рынке.
31. Проанализируйте коммуникационную стратегию ОАО РЖД во взаимоотношении с властными структурами и игроками транспортного рынка.
32. Проанализируйте коммуникационную стратегию компании ЛУКОЙЛ во взаимоотношении с властными структурами и рыночными конкурентами.
33. Охарактеризуйте специфику функционирования правительства и мэра Москвы с точки зрения пространства для GR-работы бизнес-структур.
34. Практико-ориентированный вопрос: охарактеризуйте коммуникативные стратегии НОВАТЭКа.
35. Охарактеризуйте коммуникативные стратегии компании «Стройгазмонтаж».
36. Охарактеризуйте специфику коммуникационного обеспечения работы ЦБ РФ.
37. Охарактеризуйте изменения и/или инерцию в PR- и GR-обеспечении поведения крупного бизнеса на фоне украинского кризиса 2014-2016 гг.
38. Охарактеризуйте специфику PR и GR в работе бизнеса группы ОНЭКСИМ.
39. Охарактеризуйте коммуникационное обеспечение политико-экономических конфликтов с участием коммерческого банка «Россия».
40. Охарактеризуйте GR-сопровождение процессов приватизации и национализации в России в 2014-2016 гг.

41. Проанализируйте практику и политический контекст функционирования института бизнес-омбудсмена в России
42. Охарактеризуйте актуальное значение Администрации Президента для функционирования крупных компаний в современной России.
43. Охарактеризуйте коммуникационный контекст и внутриэлитные конфликты относительно работы Федеральной антимонопольной службы РФ.
44. Охарактеризуйте коммуникативные стратегии в работе с госорганами крупнейших российских предпринимателей в металлургической сфере.
45. Проанализируйте коммуникативный контекст и политическую значимость национализации компании «Башнефть» (2014 год).
46. Проанализируйте коммуникативный контекст и политическую значимость приватизации компании «Башнефть» (2016 год).
47. Проанализируйте коммуникативный контекст и политическую значимость приватизации части госпакета акций «Роснефти» (2016 год).
48. Охарактеризуйте коммуникативный контекст политических дискуссий и конфликтов с участием Дмитрия Медведева в публичной политике и на госслужбе.
49. Охарактеризуйте политико-экономические взгляды и опыт работы Сергея Собянина на госслужбе и в публичной политике.
50. Охарактеризуйте особенности GR в условиях неопатримониализма в политике и экономике (примеры постсоветского пространства).

Пример билета к зачету

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет)
Уральский филиал
Кафедра «Экономика, финансы и управление»

20_/20_ учебный год

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Реклама и связи с общественностью»

Курс ____

Билет к зачету № 1

по дисциплине «Теория и практика взаимодействия бизнеса и властных структур
GR(Government\Relations)»

1. **Теоретический вопрос.** Элитистская интерпретация общественных процессов. Концентрация власти и собственности в руках элиты (15 б)
2. **Теоретический вопрос.** Дискуссии о «ресурсном проклятии»: нормативистские и эвристические интерпретации (15 б)
3. **Практико-ориентированное задание** (30 б)

Утвержден на заседании кафедры «Экономика, финансы и управление»

Протокол №__от____20_г.

Зав. кафедрой

Т.В. Максимова

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет)
Уральский филиал
Кафедра «Экономика, финансы и управление»

20_/20_ учебный год

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: «Реклама и связи с общественностью»

Курс ____

Экзаменационный билет № 1

по дисциплине «Теория и практика взаимодействия бизнеса и властных структур
GR(Government\Relations)»

1. **Теоретический вопрос.** Влияние макроэкономического курса правительства страны на GR-работу крупных компаний (15 б)
2. **Теоретический вопрос.** Проанализируйте коммуникационную стратегию «Газпрома» во взаимоотношении с властными структурами (15 б)
3. **Практико-ориентированное задание** (30 б)

Утвержден на заседании кафедры «Экономика, финансы и управление»

Протокол №__от____20_г.

Зав. кафедрой

Т.В. Максимова

7.4 Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

1. Приказ от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

2. Приказ от 01.12.2017 № 2132/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

3. Приказ от 10.10.2018 № 1873/о «О внесении изменений в Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

4. Приказ от 13.11.2013 № 1897/о «Об утверждении Регламента подготовки и проведения экзаменов в Финуниверситете».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/451046>
3. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 263 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468724>

Дополнительная литература

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — URL: <https://urait.ru/bcode/466182>
5. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/469273>
6. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
6. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>

7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
8. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
9. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предполагает сочетание аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и семинарских занятий.

Проведение лекционных занятий осуществляется в соответствии с тематическим планом, предусмотренным рабочей программой по дисциплине. Курс лекций сопровождается наглядной презентацией в программе PowerPoint, включающей базовые понятия, практические примеры, схемы, графики, табличный материал.

При подготовке к семинарским занятиям студентам следует:

- до очередного практического занятия по материалам лекции и рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей теме занятия;
- теоретический материал следует соотносить с правовыми нормами, так как в них могут быть внесены изменения, дополнения, которые не всегда отражены в учебной литературе.

Семинарские занятия предполагают:

- обсуждение в интерактивной форме вопросов занятия (дискуссия, круглый стол и пр.);
- подготовку докладов, выступление и участие в групповом обсуждении студенческих презентаций, выполненных на определенную тему в рамках самостоятельной работы;
- решение практико-ориентированных, ситуационных, тестовых, исследовательских заданий на применение различных подходов и методов.

Для эффективного участия в работе семинарского занятия студентам рекомендуется пользоваться периодической литературой, электронными библиотечными системами, аналитическими информационными системами, а также информацией интернет-сайтов, приведенных в соответствующем разделе.

Методические указания для обучающихся по обсуждению ситуационных задач:

- преподаватель самостоятельно делит группы на несколько подгрупп;
- студентам дается время на изучение кейса;
- обсуждение вопросов кейса в группе и выработка альтернативных решений;
- каждая группа предлагает свои альтернативные решения обозначенных в кейсе проблем;
- обсуждение вариантов решений всеми студентами из предложенных и

выработка единого решения с аргументацией;

- совместно с преподавателем, который выступает в роли модератора - подводятся итоги и отмечаются положительные и отрицательные стороны.

Методические рекомендации по подготовке домашнего творческого задания, эссе

Домашнее творческое задание, эссе состоят в выполнении заданий и ответов на вопросы, раскрывающие тему работы.

Методические рекомендации по подготовке к промежуточной аттестации (зачету, экзамену)

Зачет и экзамен занимают важное место в учебном процессе, поскольку позволяют определить степень достижения учебных целей по дисциплине, способствуют систематизации и обобщению знаний, формированию умений и навыков и их применению в практической деятельности.

Зачет и экзамен проводятся в письменной форме и включают теоретические вопросы, практико-ориентированное задание. Изложение материалов по теоретическим вопросам должно быть самостоятельным, точным и логичным. Содержание ответа должно в полной мере отражать поставленный вопрос, нецелесообразно загружать ответ текстом, который не имеет прямого отношения к заданному вопросу.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://www.finofficer.ru/Information/wwwfinance.htm> (Интернет-ресурсы по финансам и финансовому менеджменту)
2. <http://www.kremlin.ru/> (Интернет-ресурсы президента России)
3. www.cfin.ru - Корпоративный менеджмент
4. Справочно-правовая система Консультант Плюс www.consultant.ru.

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита ESETNOD32
- 2) Windows, MicrosoftOffice
- 3) Аналитическая платформа Loginom