

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Кафедра политологии
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: DX/5hgbhwsg/FQmWARw2Po2A/cfTH2gc
Дата: 07.10.2025 г.

Р.В. Парма

Современные GR-технологии

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

47.03.01 - Философия,

Образовательная программа «Этика бизнеса»

Профиль:

«Этика бизнеса»

Рекомендовано

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 03 от 16.12.2025 г.)*

Одобрено

*Кафедра политологии
(протокол № 05 от 10.12.2025 г.)*

© Москва 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	3
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
4.	Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	4
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	9
5.3.	Содержание семинаров	10
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	13
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	15
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	22
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	31
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	33
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	35
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	38
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	39

1. Наименование дисциплины

«Современные GR-технологии».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.	знать: правовые нормы, регулирующие отношения в различных сферах жизнедеятельности, уметь: использовать нормы действующего законодательства.
		Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	знать: способы решения конкретных задач, уметь: реализовывать задачи, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
ПКП-3	Способность использовать этические знания в процессе принятия управленческих решений	Применяет знания по этике в процессе организации работы коллектива.	знать: этические нормы профессиональной деятельности, уметь: применять этические нормы в процессе организации работы коллектива.
		Реализует управленческие решения на базе морально-нравственных принципов.	знать: морально-нравственные принципы, уметь: принимать управленческие решения на основе нравственных принципов.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные GR-технологии» относится к «Модуль "Этика управления"».

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа- Аудиторные занятия	34	34
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	18	18
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Эссе	Эссе
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

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. Введение в связи с органами власти

Определение понятия «GR» (Government Relations) и его место в системе бизнес-коммуникаций. Сущность и роль взаимодействия власти и бизнеса. Отличия GR от лоббизма, PR и других видов коммуникационного менеджмента. Теория политических сетей в контексте взаимоотношений государства и бизнеса. Компаративистская теория и GR. Эволюция GR-практик от лоббизма к системному взаимодействию с органами власти. Роль GR в обеспечении экономической стабильности и развитии бизнеса. Сочетание корпоративных и общественных интересов. Ключевые задачи GR-специалиста: анализ законодательной базы, мониторинг изменений в госрегулировании, выстраивание диалога с властными структурами. Взаимосвязь и взаимозависимость властных структур и бизнеса. Примеры успешного GR-взаимодействия в российской и международной практике.

Тема 2. Зарубежный и российский опыт GR

Анализ моделей GR в ведущих странах (США, ЕС, Китай). Особенности лоббистской деятельности за рубежом: законодательная база, саморегулирование, этические кодексы. Сравнительный анализ российских и зарубежных GR-практик: сильные и слабые стороны. Сопоставления российских и зарубежных GR-практик по ключевым параметрам (правовые рамки, инструменты, этические нормы). Адаптация лучших зарубежных практик к российским реалиям с учётом национальной специфики. Структура GR-департамента в компаниях. Функции GR-департаментов: мониторинг, анализ, внутренние коммуникации, построение бизнес-процессов, взаимодействие с государственными органами, партнерство с отраслевыми союзами и ассоциациями. Особенности ведения GR на федеральном и региональном уровне в России.

Тема 3. Правовые и этические основы GR-деятельности

Развитие антикоррупционных методик как способ укрепления взаимоотношений государства и бизнеса. Взаимоотношение понятий лоббизм и коррупция. Анализ нормативно-правовой базы, регулирующей взаимодействие бизнеса и власти (федеральные законы, кодексы, подзаконные акты). Изучение ФЗ «О противодействии коррупции» и его влияние на GR-практики. Правовые рамки лоббистской деятельности в

России. Ответственность за нарушение этических и правовых норм в GR (административная и уголовная). Особенности работы с персональными данными и конфиденциальной информацией в контексте GR. Кодекс этики GR-специалиста: основные принципы и правила. Баланс между интересами бизнеса и общества: этические дилеммы и пути их решения. Коррупция и конфликт интересов в GR: правовые и моральные ограничения. Прозрачность и легитимность GR-практик: международные стандарты (PRSA Code of Ethics) и российская специфика. Кейс-анализ: разбор реальных ситуаций с точки зрения этики GR. Разбор скандальных ситуаций в GR (например, коррупционные схемы, использование недостоверной информации) с точки зрения этики и права.

Тема 4. Основные формы и инструменты GR-взаимодействия

Классификация форм взаимодействия бизнеса и власти (прямые и косвенные, формальные и неформальные). Лоббирование: понятие, виды, формы. Виды лоббизма (корпоративный, отраслевой, общественный). Институциональные формы лоббизма (профсоюзы, бизнес-ассоциации, экспертные советы). Методы экономического взаимодействия (субсидии, гранты, налоговые льготы). Социальное взаимодействие: благотворительность, социальные проекты как инструмент GR. Инструменты GR: публичные слушания, экспертные заключения, рабочие группы, круглые столы. Оценка затрат на ведение лоббистской деятельности и экономической эффективности лоббизма. Организация деловых встреч, круглых столов, конференций с участием представителей власти. Кризисные коммуникации в GR: управление репутацией, антикризисные PR-стратегии, работа с негативным инфоповодом. Инструменты оценки эффективности GR-коммуникаций: KPI, метрики, бенчмаркинг, ROI (возврат инвестиций).

Тема 5. Государственно-частное партнёрство (ГЧП)

Понятие, сущность, принципы ГЧП, его роль в развитии экономики и социальной сферы. Отличие ГЧП от госзаказа и концессии. Типология ГЧП-проектов: инфраструктурные, социальные, инновационные. Государственно-частное партнёрство (ГЧП) в международной практике: инфраструктурные проекты (дороги, аэропорты, ЖКХ); социальные инициативы (образование, здравоохранение); инновационные кластеры (технопарки, R&D-центры). Институциональные основы ГЧП в России: нормативно-правовая база, организационные механизмы. Федеральные и региональные программы поддержки ГЧП. Этапы реализации ГЧП-проекта: от идеи до внедрения и мониторинга. Примеры успешных ГЧП-проектов в России. Риски и барьеры в реализации ГЧП-проектов, пути их преодоления. Разработка концепции ГЧП-проекта для конкретного региона.

Тема 6. Технологии и каналы коммуникации GR

Коммуникативные технологии. Проведение PR-кампаний с целью воздействия на органы государственной власти. Корпоративные PR-войны и апелляция к государству как к арбитру. Использование СМИ как канала коммуникаций бизнеса и государства. Методы белой, серой и черной пропаганды в системе GR. Технология продвижения лоббируемых законопроектов и решений исполнительной власти. Аналитические и экспертные технологии GR. Формирование идеологической основы для укрепления позиций бизнеса в диалоге с государством. Концепция «национальных компаний» как альтернатива государственным компаниям. Привлечение экспертного сообщества для формирования положительного образа бизнеса или продвижения отдельных бизнес-проектов. Бизнес-рейтинги как инструмент формирования положительного имиджа компаний. Общественно-гражданские технологии GR. Организация общественного давления на чиновников в интересах бизнеса (Grass roots). Реализация социальных и благотворительных проектов. ESG в контексте взаимоотношений государства и бизнеса. Участие компаний в создании и деятельности отраслевых ассоциаций.

Тема 7. Цифровые технологии и инструменты GR-коммуникаций

Диджитал технологии в GR: Big Data, аналитика социальных медиа, CRM-системы. Инструменты мониторинга и аналитики соцсетей: сервисы для отслеживания упоминаний бренда, отрасли в СМИ и соцсетях (Brand Analytics, Медиалогия); анализ настроений аудитории по ключевым темам; отслеживание активности чиновников в соцсетях для выбора оптимального времени коммуникации. Аналитика «больших данных»: обработка массивов данных из СМИ, соцсетей, официальных документов; прогнозирование законодательных инициатив; анализ политических и общественных трендов; выявление ключевых стейкхолдеров и их позиций. Искусственный интеллект (ИИ): анализ больших объёмов документов с выделением ключевых тезисов; поиск скрытых связей между событиями. Работа с медиа и экспертным сообществом: организация пресс-мероприятий, экспертных интервью, публикаций. Использование социальных сетей и мессенджеров для GR-целей: контент-стратегия, работа с сообществами и лидерами мнений (инфлюэнсерами). Использование таргетированной рекламы для продвижения инициатив. Цифровые инструменты GR: работа с официальными порталами, электронными приёмными, социальными сетями. Разработка контент-плана для социальных сетей компании, направленного на улучшение отношений с госорганами.

Тема 8. Разработка и реализация GR-стратегии

Различные теоретические подходы к стратегии GR. Этапы разработки GR-стратегии: анализ среды, постановка целей, выбор инструментов, планирование бюджета. SWOT-анализ в GR: выявление сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз со

стороны госорганов. Формирование «карты стейкхолдеров»: идентификация ключевых лиц и структур, влияющих на бизнес. Планирование GR-мероприятий: календарь событий, распределение ролей и ответственности. Мониторинг и оценка результатов GR-деятельности: методы и инструменты. Кейс-стади: разработка GR-стратегии для гипотетической компании (с учётом отраслевой специфики и регионального контекста). Тенденции развития GR-технологий: прогнозирование изменений в законодательстве, цифровизация, новые форматы взаимодействия бизнеса и власти.

5.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоя тельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практическ ие занятия	
1	Введение в связи с органами власти	12	4	2	2	8
2	Зарубежный и российский опыт GR	12	4	2	2	8
3	Правовые и этические основы GR-деятельности	12	4	2	2	8
4	Основные формы и инструменты GR- взаимодействия	12	4	2	2	8
5	Государственно-частное партнёрство (ГЧП)	12	4	2	2	8
6	Технологии и каналы коммуникации GR	14	4	2	2	10
7	Цифровые технологии и инструменты GR- коммуникаций	14	4	2	2	10
8	Разработка и реализация GR- стратегии	20	6	2	4	14
	Итого	108	34	16	18	74

5.3. Содержание семинаров

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Введение в связи с органами власти	Определение понятия «GR» (Government Relations) и его место в системе бизнес-коммуникаций. Сущность и роль взаимодействия власти и бизнеса. Отличия GR от лоббизма, PR и других видов коммуникационного менеджмента. Теория политических сетей в контексте взаимоотношений государства и бизнеса. Компаративистская теория и GR. Эволюция GR-практик от лоббизма к системному взаимодействию с органами власти. Роль GR в обеспечении экономической стабильности и развитии бизнеса. Сочетание корпоративных и общественных интересов.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Зарубежный и российский опыт GR	Анализ моделей GR в ведущих странах (США, ЕС, Китай). Особенности лоббистской деятельности за рубежом: законодательная база, саморегулирование, этические кодексы. Сравнительный анализ российских и зарубежных GR-практик: сильные и слабые стороны. Сопоставления российских и зарубежных GR-практик по ключевым параметрам (правовые рамки, инструменты, этические нормы). Адаптация лучших зарубежных практик к российским реалиям с учётом национальной специфики.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Правовые и этические основы GR-деятельности	Развитие антикоррупционных методик как способ укрепления взаимоотношений государства и бизнеса. Взаимоотношение понятий лоббизм и коррупция. Анализ нормативно-правовой базы, регулирующей взаимодействие бизнеса и власти (федеральные законы, кодексы, подзаконные акты). Изучение ФЗ «О противодействии коррупции» и его влияние на GR-практики. Правовые рамки лоббистской деятельности в России. Ответственность за нарушение этических и правовых норм в GR (административная и уголовная). Особенности работы с персональными данными и конфиденциальной информацией в контексте GR. Кодекс этики GR-специалиста: основные принципы и правила. Коррупция и конфликт интересов в GR: правовые и моральные ограничения.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.

Основные формы и инструменты GR-взаимодействия	Классификация форм взаимодействия бизнеса и власти (прямые и косвенные, формальные и неформальные). Лоббирование: понятие, виды, формы. Виды лоббизма (корпоративный, отраслевой, общественный). Институциональные формы лоббизма (профсоюзы, бизнес-ассоциации, экспертные советы). Методы экономического взаимодействия (субсидии, гранты, налоговые льготы). Социальное взаимодействие: благотворительность, социальные проекты как инструмент GR. Кризисные коммуникации в GR: управление репутацией, антикризисные PR-стратегии, работа с негативным инфоповодом. Инструменты оценки эффективности GR-коммуникаций: KPI, метрики, бенчмаркинг, ROI (возврат инвестиций).	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Государственно-частное партнёрство (ГЧП)	Понятие, сущность, принципы ГЧП, его роль в развитии экономики и социальной сферы. Отличие ГЧП от госзаказа и концессии. Типология ГЧП-проектов: инфраструктурные, социальные, инновационные. Государственно-частное партнёрство (ГЧП) в международной практике: инфраструктурные проекты (дороги, аэропорты, ЖКХ); социальные инициативы (образование, здравоохранение); инновационные кластеры (технопарки, R&D-центры). Институциональные основы ГЧП в России: нормативно-правовая база, организационные механизмы. Федеральные и региональные программы поддержки ГЧП.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Технологии и каналы коммуникации GR	Коммуникативные технологии. Проведение PR-кампаний с целью воздействия на органы государственной власти. Корпоративные PR-войны и апелляция к государству как к арбитру. Использование СМИ как канала коммуникаций бизнеса и государства. Методы белой, серой и черной пропаганды в системе GR. Технология продвижения лоббируемых законопроектов и решений исполнительной власти. Аналитические и экспертные технологии GR. Формирование идеологической основы для укрепления позиций бизнеса в диалоге с государством. Концепция «национальных компаний» как альтернатива государственным компаниям. Привлечение экспертного сообщества для формирования положительного образа бизнеса или продвижения отдельных бизнес-проектов.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Цифровые технологии и инструменты GR-	Диджитал технологии в GR: Big Data, аналитика социальных медиа, CRM-системы. Инструменты	Опрос, презентация выступлений,

коммуникаций	мониторинга и аналитики соцсетей: сервисы для отслеживания упоминаний бренда, отрасли в СМИ и соцсетях (Brand Analytics, Медиалогия); анализ настроений аудитории по ключевым темам; отслеживание активности чиновников в соцсетях для выбора оптимального времени коммуникации. Аналитика «больших данных»: обработка массивов данных из СМИ, соцсетей, официальных документов; прогнозирование законодательных инициатив; анализ политических и общественных трендов; выявление ключевых стейкхолдеров и их позиций. Искусственный интеллект (ИИ): анализ больших объёмов документов с выделением ключевых тезисов; поиск скрытых связей между событиями. Работа с медиа и экспертным сообществом: организация пресс-мероприятий, экспертных интервью, публикаций.	групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.
Разработка и реализация GR-стратегии	Различные теоретические подходы к стратегии GR. Этапы разработки GR-стратегии: анализ среды, постановка целей, выбор инструментов, планирование бюджета. SWOT-анализ в GR: выявление сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз со стороны госорганов. Формирование «карты стейкхолдеров»: идентификация ключевых лиц и структур, влияющих на бизнес. Планирование GR-мероприятий: календарь событий, распределение ролей и ответственности. Мониторинг и оценка результатов GR-деятельности: методы и инструменты.	Опрос, презентация выступлений, групповая дискуссия, анализ и решение ситуационных задач.

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 тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Введение в связи с органами власти	Ключевые задачи GR-специалиста: анализ законодательной базы, мониторинг изменений в госрегулировании, выстраивание диалога с властными структурами. Взаимосвязь и взаимозависимость властных структур и бизнеса. Примеры успешного GR-взаимодействия в российской и международной практике.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Зарубежный и российский опыт GR	Структура GR-департамента в компаниях. Функции GR-департаментов: мониторинг, анализ, внутренние коммуникации, построение бизнес-процессов, взаимодействие с государственными органами, партнерство с отраслевыми союзами и ассоциациями. Особенности ведения GR на федеральном и региональном уровне в России.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Правовые и этические основы GR-деятельности	Баланс между интересами бизнеса и общества: этические дилеммы и пути их решения. Прозрачность и легитимность GR-практик: международные стандарты (PRSA Code of Ethics) и российская специфика. Кейс-анализ: разбор реальных ситуаций с точки зрения этики GR. Разбор скандальных ситуаций в GR (например, коррупционные схемы, использование недостоверной информации) с точки зрения этики и права.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Основные формы и инструменты GR-взаимодействия	Инструменты GR: публичные слушания, экспертные заключения, рабочие группы, круглые столы. Оценка затрат на ведение лоббистской деятельности и экономической эффективности лоббизма. Организация деловых встреч, круглых столов, конференций с участием представителей	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по

	власти.	теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Государственно-частное партнёрство (ГЧП)	Этапы реализации ГЧП-проекта: от идеи до внедрения и мониторинга. Примеры успешных ГЧП-проектов в России. Риски и барьеры в реализации ГЧП-проектов, пути их преодоления. Разработка концепции ГЧП-проекта для конкретного региона.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Технологии и каналы коммуникации GR	Бизнес-рейтинги как инструмент формирования положительного имиджа компаний. Общественно-гражданские технологии GR. Организация общественного давления на чиновников в интересах бизнеса (Grass roots). Реализация социальных и благотворительных проектов. ESG в контексте взаимоотношений государства и бизнеса. Участие компаний в создании и деятельности отраслевых ассоциаций.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Цифровые технологии и инструменты GR-коммуникаций	Использование социальных сетей и мессенджеров для GR-целей: контент-стратегия, работа с сообществами и лидерами мнений (инфлюэнсерами). Использование таргетированной рекламы для продвижения инициатив. Цифровые инструменты GR: работа с официальными порталами, электронными приёмными, социальными сетями. Разработка контент-плана для социальных сетей компании, направленного на улучшение отношений с госорганами.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.
Разработка и реализация GR-стратегии	Кейс-стади: разработка GR-стратегии для гипотетической компании (с учётом отраслевой специфики и регионального контекста). Тенденции развития GR-технологий: прогнозирование изменений в законодательстве, цифровизация, новые форматы взаимодействия бизнеса и власти.	Работа с конспектом лекции, рекомендованной учебной литературой, научными публикациями по теме, выполнение творческих заданий, разбор и решение ситуативных задач.

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

Вопросы для проверки теоретических знаний:

1. Что такое GR-технологии? В чём их ключевая роль в современном бизнесе?
2. Перечислите и охарактеризуйте основные формы взаимодействия власти и бизнеса.
3. В чём отличие цивилизованного взаимодействия власти и бизнеса от нецивилизованного? Приведите примеры.
4. Каковы правовые рамки GR-деятельности в России (с упоминанием ключевых законов)?
5. Что такое государственно-частное партнёрство (ГЧП) и какова его роль в GR?
6. Назовите и опишите 3–5 основных инструментов GR-коммуникаций.
7. Какие этические дилеммы могут возникать в GR-деятельности? Как их решать?
8. Каковы особенности лоббистской деятельности в России и за рубежом?
9. Как цифровые технологии трансформируют GR-практики? Приведите 3–5 примеров.
10. Что включает в себя разработка GR-стратегии? Опишите этапы.
11. Какие KPI используются для оценки эффективности GR-деятельности?
12. Какова роль социальных проектов и благотворительности в GR?
13. Как работает механизм взаимодействия с экспертным сообществом в рамках GR?
14. Какие каналы коммуникации с госорганами считаются наиболее эффективными?
15. Как анализировать законодательную базу для GR-целей? Приведите алгоритм.

Практические задания:

1. Проанализируйте кейс: компания хочет ускорить получение разрешения на строительство через неформальные контакты. Оцените ситуацию с точки зрения деловой этики и законодательства. Предложите 3 альтернативных законных способа решения задачи.
2. Разработайте фрагмент этического кодекса GR-отдела компании (5–7 пунктов).
3. Составьте чек-лист для проверки этичности планируемых GR-действий (10 пунктов).
4. Симулируйте диалог между GR-специалистом и чиновником по вопросу получения субсидии. Используйте не менее 5 профессиональных терминов.
5. Проанализируйте PR-материалы компании на предмет GR-составляющей. Выявите 3 элемента, способствующих выстраиванию диалога с властью.
6. Разработайте план GR-кампании по изменению отраслевого законодательства (5 шагов с указанием сроков и инструментов).
7. Используя CRM-систему (например, Битрикс24), смоделируйте базу контактов для взаимодействия с госорганами (5–7 контактов с указанием должностей и сфер ответственности).
8. Подготовьте краткий меморандум для руководства компании о необходимости внедрения GR-стратегии (объем — 1 страница А4).
9. Проанализируйте практику «дарения сувениров» чиновникам. Предложите 3 этических альтернативы.
10. Разработайте контент-план для социальных сетей компании с целью улучшения отношений с госорганами (на 1 месяц, 10 публикаций с указанием форматов).

Темы для мини-исследований/докладов:

1. Эволюция GR-практик в России за последние 10 лет.
2. Сравнительный анализ моделей GR в России и США.

3. Роль социальных сетей в современных GR-коммуникациях.
4. Этические аспекты лоббизма: мировая и российская практика.
5. Государственно-частное партнёрство в сфере образования: примеры успешных проектов.
6. Использование Big Data в GR: возможности и риски.
7. Инструменты антикризисных GR-коммуникаций.
8. Практика взаимодействия бизнеса и власти в ЕС: ключевые особенности.
9. Цифровые платформы для GR-взаимодействия: обзор российского рынка.
10. Влияние GR-стратегии на инвестиционную привлекательность компании.

Задания на работу с источниками:

1. Найдите и проанализируйте 3 реальных кейса успешного GR-взаимодействия (с указанием источников). Выделите ключевые факторы успеха.
2. Изучите ФЗ «О противодействии коррупции» и выделите положения, релевантные для GR-специалистов.
3. Проанализируйте сайт регионального правительства и выделите 5 инструментов для GR-коммуникаций.
4. Найдите 3 отраслевых ассоциации, работающих в сфере GR, и сравните их функционал.
5. Изучите отчётность 2–3 крупных российских компаний по разделу «Взаимодействие с госорганами» и выделите основные направления GR-деятельности.

Дискуссионные вопросы:

1. Допустимо ли использовать анонимные источники информации в GR-кампаниях?
2. Является ли благотворительность инструментом «мягкого лоббизма»?

3. Можно ли считать работу с медиа частью GR-стратегии? Аргументируйте.
4. Должен ли GR-специалист совмещать функции PR-специалиста? Почему?
5. Этично ли использовать данные социологических опросов для давления на чиновников?

Примерные темы для написания эссе по дисциплине «Современные GR-технологии»

1. Эволюция GR-технологий в условиях цифровизации государственного управления.
2. GR и лоббизм: сходства, различия и правовое регулирование в России и за рубежом
3. Роль GR-подразделений в системе корпоративного управления крупной компании.
4. Этика и комплаенс в GR-деятельности: современные вызовы.
5. GR-стратегии бизнеса в условиях санкционной политики и геополитической нестабильности.
6. Использование Big Data и цифровой аналитики в GR-коммуникациях.
7. Взаимодействие бизнеса с органами государственной власти на региональном уровне: инструменты и риски.
8. GR-технологии в сфере государственно-частного партнёрства (ГЧП).
9. Роль профессиональных ассоциаций и отраслевых союзов в GR-процессах.
10. Антикризисные GR-коммуникации: механизмы реагирования на регуляторные риски.
11. Публичные консультации и оценка регулирующего воздействия (ОРВ) как инструмент GR.
12. GR в сфере ESG-повестки и устойчивого развития.
13. Международные GR-практики транснациональных корпораций.
14. GR-технологии в цифровых отраслях (IT, финтех, телеком).

15. Взаимодействие бизнеса с законодательной властью: подготовка и продвижение законопроектов.
16. Роль экспертных сообществ и аналитических центров в GR-деятельности.
17. GR-кампании в сфере здравоохранения / энергетики / образования (по выбору студента).
18. Социальные сети как инструмент современного GR.
19. Репутационные риски в GR-деятельности и методы их минимизации.
20. Профессиональные компетенции специалиста по GR: требования рынка труда.

Дополнительная информация

Рекомендации по работе с вопросами, заданиями и темами для подготовки к текущему контролю

Работа с теоретическими вопросами

Структурируйте ответы, разбейте каждый вопрос на подпункты (например, определение термина, его роль, примеры применения).

Разберитесь с терминологией дисциплины, убедитесь, что чётко понимаете и можете объяснить ключевые понятия (GR, лоббизм, ГЧП, KPI в GR и т. д.). Привязывайте теорию к практике: для каждого теоретического положения приведите 1–2 реальных примера из новостных сводок или кейсов компаний.

Конспектируйте ответы: записывайте краткие ответы (по 3–5 предложений) на каждый вопрос — это поможет запомнить ключевые тезисы.

Работайте с первоисточниками: обращайтесь к ФЗ («О противодействии коррупции», «Об информации» и др.), указанным в вопросах, проверяйте актуальность норм.

Выполнение практических заданий

Разбивайте задание на этапы. Например, для разработки GR-стратегии сначала проанализируйте целевую аудиторию, затем выберите инструменты, потом составьте план.

Используйте шаблоны и чек-листы: найдите готовые образцы CRM-баз, контент-планов, мемо для руководства — адаптируйте их под задание.

Моделируйте ситуации: репетируйте диалоги, симулируйте работу с CRM-системой, составляйте списки контактов «на бумаге».

Применяйте SWOT- и SMART-анализ там, где это уместно (при разработке стратегий, оценке этичности действий).

Обсуждайте задания в группе: обменяйтесь вариантами решений с одноклассниками, сравните подходы, дополните свои ответы.

Подготовка мини-исследований/докладов

Выбирайте актуальную тему: ориентируйтесь на свежие данные (например, новые законы в сфере GR, кейсы 2023–2024 гг.).

Используйте научные базы данных (eLibrary, КиберЛенинка, JSTOR) и официальные источники (сайты госорганов, отчёты компаний).

Включайте статистику и графики: это усилит доказательность вашего доклада (используйте данные Росстата, Минэкономразвития);

Анализируйте не менее 3 источников по теме, делайте сравнительный анализ позиций авторов.

Оформляйте работу по стандартам: титульный лист, содержание, список литературы, ссылки на источники в тексте.

Работа с источниками.

Систематизируйте информацию: ведите таблицу с найденными кейсами (колонка 1 — название кейса, колонка 2 — инструменты GR, колонка 3 — результат).

Критически оценивайте источники: проверяйте достоверность информации, избегайте непроверенных данных из соцсетей.

Выделяйте ключевые тезисы из статей и отчётов — записывайте их с указанием источника;

Используйте цитаты и ссылки в своих ответах, это повысит академическую ценность работы.

Составляйте глоссарий по каждой теме — выписывайте и учите специфические термины.

Обсуждение дискуссионных вопросов

Формулируйте чёткую позицию по каждому вопросу с аргументами «за» и «против».

Приводите правовые основания для своей позиции (ссылки на статьи законов);

анализируйте этические дилеммы с разных точек зрения (бизнес, общество, власть).

Используйте кейс-метод: приведите 1–2 реальных примера, иллюстрирующих обсуждаемую проблему.

Тренируйте навыки аргументации: записывайте свои рассуждения на диктофон, отрабатывайте устную речь.

Общие рекомендации

Планируйте подготовку, распределив темы и задания по дням;

Используйте мнемонические техники для запоминания сложных терминов и схем.

Создайте «банк примеров», собирайте кейсы, цитаты, статистику в отдельную папку — это пригодится для всех типов заданий.

Обсуждайте сложные вопросы с преподавателем, уточняйте трактовку терминов, методики решения заданий.

Используйте визуальные средства: схемы, таблицы, ментальные карты для структурирования информации.

Регулярно повторяйте материал, возвращайтесь к уже изученным темам для закрепления.

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

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

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

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

1) Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: правовые нормы, регулирующие отношения в различных сферах жизнедеятельности,

Уметь: использовать нормы действующего законодательства.

Типовые контрольные задания

3 ада ние 1. Взаимодействие бизнеса и власти анализом правовых аспектов

Проанализируйте практику взаимодействия бизнеса с ФАС при согласовании сделок M&A. Определите 3–5 типовых задач GR-специалиста в этом процессе. Укажите, какие ФЗ и приказы регулируют процедуру.

Рассмотрите ситуацию: компания хочет инициировать изменения в местном законодательстве о рекламе. Разработайте план действий, учитывая требования ФЗ «О рекламе» и регламенты местных органов власти.

Изучите кейс: бизнес-ассоциация хочет повлиять на разработку отраслевого стандарта. Предложите GR-механизмы взаимодействия с Росстандартом. Укажите правовые рамки (ссылки на законы, постановления).

2) Выработывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальный способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: способы решения конкретных задач,

Уметь: реализовывать задачи, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Типовые контрольные задания

Задание 2. В ыбор оптимальных способов решения с учётом правовых норм

Предложите 3 различных способа продвижения интересов компании в рамках изменений в экологическом законодательстве. Для каждого способа: 1) перечислите используемые инструменты GR; 2) укажите, какие правовые нормы необходимо учитывать (со ссылками на ФЗ, кодексы); 3) оцените риски и преимущества.

Разработайте план взаимодействия с региональным министерством для получения субсидий на НИОКР. Укажите, какие нормативные акты регулируют процесс подачи заявок и взаимодействия с госорганами. Предложите 2–3 альтернативных сценария в случае отказа.

Изучите ФЗ «О государственной поддержке предпринимательства». На основе закона предложите 3 способа использования GR-инструментов для получения господдержки для малого бизнеса. Оцените ресурсоёмкость каждого способа.

ПКП-3 Способность использовать этические знания в процессе принятия управленческих решений

1) Применяет знания по этике в процессе организации работы коллектива.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: этические нормы профессиональной деятельности,

Уметь: применять этические нормы в процессе организации работы коллектива.

Типовые контрольные задания

Задание 1. Разработка этических регламентов GR-отдела

Разработайте фрагмент этического кодекса GR-отдела компании. Включите правила взаимодействия с госорганами, СМИ, бизнес-ассоциациями. Укажите санкции за нарушение норм.

Составьте чек-лист для GR-специалиста по проверке этичности планируемых действий (например, при организации встречи с чиновником, подготовке экспертного заключения).

Напишите мемо для руководства компании с обоснованием необходимости внедрения этических стандартов в GR-практике. Приведите 3–5 примеров нарушений этики в отрасли.

2) Реализует управленческие решения на базе морально-нравственных принципов.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: морально-нравственные принципы,

Уметь: принимать управленческие решения на основе нравственных принципов.

Типовые контрольные задания

Задание 2. Оценка этичности существующих решений

Проанализируйте PR-материалы компании, участвующей в GR-процессах. Определите, есть ли признаки манипулирования общественным мнением. Приведите 3 примера и предложите этические альтернативы.

Оцените этичность использования инсайдерской информации в GR-кампании. Приведите аргументы «за» и «против» со ссылками на законы и корпоративные кодексы.

Рассмотрите практику «дарения сувениров» чиновникам. Проанализируйте с позиций деловой этики и антикоррупционного законодательства. Предложите 3 этических способа благодарности.

Примеры практико-ориентированных заданий

1. Анализ реальных кейсов

1) Проанализируйте кейс компании, успешно лоббирующей изменения в отраслевом законодательстве (например, IT-компания, добившейся налоговых льгот). Выпишите 3–5 ключевых шагов, которые привели к успеху. Предложите 2 альтернативных способа достижения той же цели.

2) Изучите ситуацию с ГЧП-проектом в вашем регионе (например, строительство школы или больницы). Оцените эффективность взаимодействия бизнеса и власти, выделите 3 проблемы и предложите пути их решения.

2. Разработка документов

1) Составьте мемо для руководства компании о необходимости внедрения GR-стратегии (объем — 1 страница, с указанием целей, задач и предполагаемых инструментов).

- 2) Разработайте фрагмент этического кодекса GR-отдела компании (5–7 пунктов с пояснениями).
- 3) Подготовьте проект письма в госорган с запросом о разъяснении законодательства в сфере вашей специализации (используйте официальный стиль).
- 4) Составьте чек-лист для проверки этичности планируемых GR-действий (10–15 пунктов).

3. Моделирование ситуаций (ролевые игры)

- 1) Симулируйте диалог между GR-специалистом и чиновником по вопросу получения субсидии. Используйте не менее 5 профессиональных терминов. Роли распределяются между студентами.
- 2) Проведите «встречу» GR-отдела с представителями отраслевой ассоциации для обсуждения совместных действий по лоббированию изменений в законе. Подготовьте тезисы выступления от лица GR-специалиста.
- 3) Разыграйте ситуацию антикризисных GR-коммуникаций: компания столкнулась с негативным информационным фоном вокруг своего проекта. Ваша задача разработать 3 шага по работе с медиа и чиновниками для минимизации ущерба.

4. Работа с цифровыми инструментами

- 1) Используя CRM-систему (например, Битрикс24 или Salesforce), создайте базу контактов для взаимодействия с госорганами (5–7 контактов с указанием должностей, сфер ответственности и каналов связи).
- 2) С помощью сервисов мониторинга соцсетей (YouScan, Brand Analytics) проанализируйте упоминания вашей отрасли в медиа за последний месяц. Выявите 3 ключевых тренда и их возможное влияние на GR-стратегию компании.
- 3) Разработайте структуру дашборда в Power BI или Tableau для отслеживания KPI GR-деятельности (охват аудитории, количество встреч, результативность обращений).
- 4) Создайте шаблон чат-бота для оперативного информирования чиновников о законодательных изменениях (5–7 типовых ответов).

5. Разработка GR-стратегий

- 1) Разработайте план GR-кампании по изменению отраслевого законодательства (5 шагов с указанием сроков, инструментов и ожидаемых результатов).

2) Предложите GR-стратегию для стартапа в сфере экологии, желающего получить грант от государства (укажите 3–5 ключевых действий и каналы коммуникации).

3) Составьте дорожную карту внедрения GR-практик в малом бизнесе (сроки — 1 год, этапы — 4–5).

6. Контент-планирование и работа с медиа

1) Разработайте контент-план для социальных сетей компании с целью улучшения отношений с госорганами (на 1 месяц, 10 публикаций с указанием форматов: инфографика, видео, статьи).

2) Подготовьте пресс-релиз о социальном проекте компании, направленном на решение региональной проблемы (объём — 200–300 слов, с ключевыми тезисами для СМИ).

3) Составьте список из 5–7 отраслевых СМИ и блогеров, которые могут помочь в продвижении GR-инициатив вашей компании. Обоснуйте выбор.

7. Анализ законодательства и правовых рамок

1) Проанализируйте ФЗ «О противодействии коррупции» и выделите 3–5 положений, наиболее релевантных для GR-специалистов. Предложите способы соблюдения этих норм в работе.

2) Изучите сайт регионального правительства и выделите 5 инструментов для GR-коммуникаций (например, онлайн-приёмная, публичные слушания). Оцените их эффективность.

3) Проведите SWOT-анализ правовых рамок GR-деятельности в России (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы).

8. Расчёт эффективности и KPI

1) Рассчитайте предполагаемый ROI (возврат инвестиций) для GR-проекта по организации круглого стола с чиновниками (учтите затраты на организацию и потенциальную выгоду для компании).

2) Разработайте систему KPI для оценки эффективности работы GR-отдела (5–7 показателей с методами измерения).

3) Проанализируйте отчётность 2–3 крупных российских компаний по разделу «Взаимодействие с госорганами» и выделите 3–5 ключевых метрик успеха.

9. Работа с ассоциациями и экспертным сообществом

- 1) Подготовьте предложение о сотрудничестве между вашей компанией и отраслевой ассоциацией в рамках GR-стратегии (укажите цели, форматы взаимодействия, ожидаемые результаты).
- 2) Составьте список из 3–5 экспертов, чьи мнения могут быть полезны для лоббирования интересов компании. Обоснуйте выбор.
- 3) Разработайте концепцию экспертного круглого стола по актуальной отраслевой теме (тема — на выбор студента, состав участников — 5–7 человек, повестка дня — 3 вопроса).

10. Кейс с этической дилеммой

- 1) Компания хочет ускорить получение разрешения на строительство через неформальные контакты. Проанализируйте ситуацию с точки зрения деловой этики и законодательства. Предложите 3 альтернативных законных способа решения задачи.
- 2) Ваша компания столкнулась с запросом чиновника о «спонсорской помощи» для проведения местного мероприятия. Разработайте алгоритм действий GR-специалиста в этой ситуации (3–5 шагов).
- 3) Проанализируйте практику «дарения сувениров» чиновникам. Предложите 3 этических альтернативы для укрепления деловых отношений.

Примерные вопросы для подготовки к зачету

Теоретические вопросы

1. Что такое GR-технологии? Раскройте сущность и ключевые задачи GR в современном бизнесе.
2. В чём отличие GR от лоббизма? Приведите 3–5 ключевых различий.
3. Опишите основные формы взаимодействия власти и бизнеса. Приведите примеры каждой формы.
4. Перечислите и охарактеризуйте правовые рамки GR-деятельности в России (с упоминанием ключевых законов).

5. Что такое государственно-частное партнёрство (ГЧП)? Какова его роль в GR-стратегиях компаний?
6. Какие этапы включает разработка GR-стратегии? Опишите каждый этап кратко.
7. Какие KPI используются для оценки эффективности GR-деятельности? Приведите 5–7 примеров.
8. Какова роль социальных проектов и благотворительности в GR? Приведите 2–3 примера успешных кейсов.
9. Как работает механизм взаимодействия с экспертным сообществом в рамках GR?
10. Какие каналы коммуникации с госорганами считаются наиболее эффективными? Обоснуйте ответ.

Вопросы, связанные с инструментами и технологиями

11. Как цифровые технологии трансформируют GR-практики? Приведите 3–5 конкретных примеров использования IT-инструментов в GR.
12. Какие CRM-системы и сервисы мониторинга соцсетей чаще всего используют в GR? В чём их преимущества?
13. Как использовать Big Data для анализа законодательной базы и трендов в GR?
14. Какие инструменты визуализации данных (Power BI, Tableau и др.) применяются в GR и для каких задач?
15. Как чат-боты и голосовые помощники могут помочь в GR-коммуникациях? Приведите 2–3 примера использования.

Практико-ориентированные вопросы

16. Проанализируйте кейс: компания хочет ускорить получение разрешения на строительство. Предложите 3 законных способа решения этой задачи с использованием GR-инструментов.
17. Разработайте чек-лист для проверки этичности планируемых GR-действий (10–15 пунктов).
18. Составьте план GR-кампании по изменению отраслевого законодательства (5 шагов с указанием сроков и инструментов).
19. Разработайте фрагмент этического кодекса GR-отдела компании (5–7 пунктов с пояснениями).

20. Симулируйте диалог между GR-специалистом и чиновником по вопросу получения субсидии. Используйте не менее 5 профессиональных терминов.

Вопросы по анализу законодательства и правовых аспектов

21. Проанализируйте ФЗ «О противодействии коррупции» и выделите 3–5 положений, наиболее релевантных для GR-специалистов.

22. Какие риски несёт GR-деятельность с точки зрения законодательства? Приведите 3–5 примеров правовых нарушений.

23. Как соблюдение этических норм влияет на эффективность GR-стратегии? Приведите 2–3 примера этических дилемм в GR.

Вопросы по работе с медиа и общественным мнением

24. Какова роль СМИ и социальных сетей в современных GR-коммуникациях? Приведите 3–5 инструментов работы с медиа.

25. Как использовать контент-маркетинг для улучшения отношений с госорганами? Разработайте краткий контент-план (5 публикаций) для соцсети компании.

26. Как анализировать общественное мнение для корректировки GR-стратегии? Назовите 3–5 источников данных.

Вопросы по взаимодействию с ассоциациями и стейкхолдерами

27. Какова роль отраслевых ассоциаций в GR-деятельности? Приведите 2–3 примера сотрудничества бизнеса с ассоциациями.

28. Как выстроить эффективную коммуникацию с ключевыми стейкхолдерами в рамках GR-проекта?

29. Какие методы работы с экспертным сообществом вы знаете? Приведите 3–5 методов с кратким описанием.

Вопросы на расчёт и анализ эффективности

30. Как рассчитать ROI (возврат инвестиций) для GR-проекта? Приведите формулу и пример расчёта.

31. Какие метрики позволяют оценить влияние GR-деятельности на инвестиционную привлекательность компании?

32. Как провести SWOT-анализ для GR-стратегии компании? Составьте краткий SWOT-анализ для гипотетической компании из вашей отрасли.

Вопросы на обсуждение и анализ кейсов

33. Проанализируйте практику «дарения сувениров» чиновникам. Предложите 3 этичных альтернативы для укрепления деловых отношений.
34. Как действовать GR-специалисту, если чиновник запрашивает «спонсорскую помощь» для местного мероприятия? Разработайте алгоритм из 3–5 шагов.
35. Приведите пример успешного GR-проекта в России за последние 3 года. Проанализируйте ключевые факторы его успеха (3–5 факторов).

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

Нормативные правовые акты:

Конституция Российской Федерации (ст. 29, ст. 33, ст. 55)

Гражданский кодекс РФ (части 1–4) регулирует договорные отношения с госорганами, включая ГЧП-соглашения;

Кодекс об административных правонарушениях (КоАП РФ) устанавливает ответственность за нарушения при взаимодействии с госорганами;

Уголовный кодекс РФ (ст. 290–291.1) регламентирует уголовно-правовые аспекты лоббизма и коррупционных рисков.

ФЗ «О противодействии коррупции» от 25.12.2008 № 273-ФЗ — регламентирует этические аспекты взаимодействия бизнеса и власти, запрещает неправомерные контакты;

ФЗ «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.2007 № 209-ФЗ содержит механизмы лоббирования интересов МСП через государственные программы;

ФЗ «О государственно-частном партнёрстве, муниципально-частном партнёрстве в РФ» от 13.07.2015 № 224-ФЗ основа для ГЧП-проектов (важный инструмент GR);

ФЗ «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ регулирует деятельность отраслевых ассоциаций, которые являются каналом GR;

ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ важен при разработке GR-кампаний с медийным компонентом;

ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ регламентирует допустимые формы взаимодействия с регуляторами.

Указы Президента РФ, регламентирующие деятельность Администрации Президента и Правительства, задают «правила игры» для GR-специалистов.

Указы Президента РФ о стратегических направлениях развития отраслей (например, в сфере ИТ, здравоохранения, экологии) — определяют приоритеты для лоббирования.

Постановления Правительства РФ регулируют порядок взаимодействия бизнеса с конкретными ведомствами (Минпромторг, Минэкономразвития, Роспатент и др.); устанавливают административные регламенты предоставления госуслуг — ключевой инструмент для GR-специалистов при работе с разрешительными процедурами.

Приказы Минэкономразвития, Минфина, Минпромторга и др. детализируют процедуры взаимодействия с конкретными регуляторами; разрабатывают методические рекомендации по участию бизнеса в госпрограммах и закупках.

Законы субъектов РФ о поддержке бизнеса и инвестициях — локальные механизмы GR.

Регламенты региональных правительств и администраций — порядок подачи обращений и участия в рабочих группах.

Основная литература:

1. Ачкасова, Вера Алексеевна GR и лоббизм: теория и технологии : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. 2-е изд. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 438 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560059> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560059> ISBN 978-5-534-14000-2 : 2109.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f560059]
2. Марковская, Елизавета Игоревна GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под редакцией Е. И. Марковской. 4-е изд., пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 392 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/561276> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561276> ISBN 978-5-534-19006-9 : 1909.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f561276]

Дополнительная литература:

1. Бондарев, М. Д. GR-менеджмент бизнес-организаций в современной России: комплексный анализ и прикладные технологии [Электронный ресурс] / Бондарев М. Д., Дегтярев А. А., Ляликов А. А., Потапкин А. С., Тетерюк А. С., Усенко Р. С., Чубак Р. М., Дегтярева А. А., Тетерюка А. С. Москва : Прометей, 2024 386 с. Книга из коллекции Прометей - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/445838> ISBN 978-5-00172-646-3. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-445838]
2. Шатилов, Александр Борисович GR для эффективного бизнеса : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024 143 с. (Высшее образование: Магистратура) ВО - Магистратура <https://znanium.com/catalog/document?id=432337> ISBN 978-5-16-017576-8 ISBN 978-5-16-110120-9 (электр. издание) . [БИК ID: RU\infra-m\znanium\bibl\2086785]
3. Васильева, Мария Михайловна Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. 4-е изд., пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2025 405 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560204> (дата обращения: 01.09.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560204> ISBN 978-5-534-20393-6 : 1969.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f560204]

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

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
5. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>
6. •Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
7. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
8. •Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

9. •Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
10. •Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
11. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
12. www.government.ru - Официальный сайт Правительства Российской Федерации
13. www.economy.gov.ru - Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации
14. www.minfin.ru - Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации
15. Официальный сайт Государственной думы РФ <http://www.duma.gov.ru/>
16. Официальный сайт Правительства РФ <http://government.ru/>
17. Официальный сайт Счетной палаты РФ URL: <https://ach.gov.ru/>
18. <http://www.kremlin.ru> – официальный сайт Президента Российской Федерации.
19. <https://minfin.gov.ru> – официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации.
20. Библиотечно-информационный комплекс Финансового университета при Правительстве РФ <http://www.library.fa.ru>
21. Портал госпрограмм РФ <https://programs.gov.ru/>
22. Министерство финансов РФ <https://minfin.gov.ru/>
23. Официальный сайт Росфинмониторинга.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Цель освоения дисциплины

Освоить теоретические и практические аспекты GR-менеджмента (Government Relations), научиться выстраивать эффективные коммуникации между бизнесом и органами власти, изучить правовые и этические аспекты GR-деятельности, овладеть инструментами лоббирования и взаимодействия с государственными структурами.

2. Структура освоения дисциплины

Изучение дисциплины включает:

- посещение лекций (освоение теоретического материала);
- участие в практических (семинарских) занятиях (отработка навыков);
- самостоятельную работу (изучение источников, выполнение заданий);
- подготовку к промежуточной аттестации (экзамену/зачёту).

3. Рекомендации по изучению теоретического материала

Конспектируйте лекции: выделяйте ключевые термины, концепции, схемы взаимодействия. Используйте цветные маркеры для выделения важных тезисов.

Работайте с учебниками и научными статьями: ознакомьтесь с базовыми источниками из списка рекомендованной литературы. Дополните список актуальными публикациями из eLibrary, «КиберЛенинки».

Изучайте нормативно-правовые акты: ознакомьтесь с ключевыми законами, регулирующими GR-деятельность (ФЗ «О противодействии коррупции», ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан РФ» и др.).

Систематизируйте знания: составляйте таблицы, схемы, ментальные карты по темам (например, «Формы GR-работы», «Этапы лоббирования»).

Связывайте теорию с практикой: при изучении каждой темы ищите реальные кейсы (например, анализ GR-стратегии крупных российских компаний).

4. Работа на практических (семинарских) занятиях

Активно участвуйте в дискуссиях, формулируйте и аргументируйте свою позицию по обсуждаемым вопросам.

Выполняйте практические задания, разрабатывайте фрагменты GR-стратегий, анализируйте кейсы, моделируйте ситуации взаимодействия с госорганами.

Участвуйте в ролевых играх, примерьте на себя роли GR-специалиста, чиновника, представителя бизнеса.

Презентуйте результаты работы: тренируйте навыки публичных выступлений, учитесь структурировать информацию для аудитории.

Анализируйте ошибки, обсуждайте с преподавателем и одногруппниками недочёты в своих решениях.

5. Организация самостоятельной работы

Самостоятельная работа включает:

- проработку конспектов лекций и рекомендованных источников;
- подготовку к семинарским занятиям (изучение тем, подбор примеров);
- выполнение индивидуальных заданий (анализ кейсов, разработка документов);
- подготовку докладов, рефератов, презентаций;
- изучение дополнительных материалов (новости, аналитика в сфере GR).

Этапы самостоятельной работы:

- 1) Организационный: уясните задание, подберите литературу, составьте план работы.
- 2) Основной: изучите материал, сделайте выписки, проанализируйте примеры.
- 3) Заключительный: оформите работу, подготовьте выводы, проверьте соответствие заданию.

6. Практико-ориентированные задания для самостоятельной работы

- 1) проанализировать 3–5 кейсов успешных GR-кампаний российских компаний;
- 2) разработать чек-лист для проверки этичности GR-действий;
- 3) составить план GR-кампании по изменению отраслевого законодательства;
- 4) смоделировать диалог между GR-специалистом и чиновником по конкретному вопросу;
- 5) проанализировать сайт регионального правительства и выделить инструменты для GR-коммуникаций;

6) разработать фрагмент этического кодекса GR-отдела компании.

7. Работа с источниками информации

Используйте следующие ресурсы:

- официальные сайты госорганов (Минэкономразвития, Минпромторг и др.);
- базы данных (eLibrary, «КиберЛенинка», Google Scholar);
- профессиональные сообщества и форумы;
- новостные порталы, аналитические материалы;
- отчёты и презентации крупных компаний в сфере GR.

8. Подготовка к промежуточной аттестации (зачёту)

Составьте план подготовки, распределив темы по дням и выделив время на повторение.

Повторите ключевые понятия и термины, используя карточки с терминами, схемы, таблицы.

Прорешайте тестовые задания, проверяя знание теории и отрабатывая навыки анализа ситуаций.

Проанализируйте типовые экзаменационные вопросы, подготовив развёрнутые ответы и выделив ключевые аргументы.

Проработайте практические кейсы, тренируясь формулировать GR-стратегии и оценивая их эффективность.

Проконсультируйтесь с преподавателем для уточнения сложных моментов и получения рекомендаций.

9. Критерии успешной работы

Вы освоили дисциплину, если можете:

- объяснить базовые понятия и концепции GR;
- анализировать правовые и этические аспекты GR-деятельности;
- разрабатывать элементы GR-стратегии для компании;
- оценивать эффективность GR-мероприятий;
- применять инструменты коммуникации с госорганами;

- приводить актуальные примеры из практики.

10. Полезные советы

Ведите «банк примеров»: собирайте кейсы, статистику, цитаты для использования в ответах.

Используйте мнемонические техники для запоминания терминов и схем.

Обсуждайте сложные вопросы с одноклассниками — коллективный анализ углубляет понимание.

Фиксируйте вопросы для преподавателя: записывайте непонятные моменты, чтобы обсудить их на консультации.

Следите за новостями в сфере GR, что поможет увидеть связь теории с реальной практикой.

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

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Microsoft Office (Windows)
2. Astra Linux
3. Kaspersky

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Информационная система СПАРК

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации:

1. не предусмотрены

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

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.

3. Библиотека, читальный зал