

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ

Директор института



*Е.М.Петровичева* Е.М.Петровичева

*06* \_\_\_\_\_ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
**GR КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОРГАНАМИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов основ профессиональных знаний в области взаимодействия с представителями органов власти, которые в дальнейшем могут быть ими использованы во время практической деятельности, в ходе приобретения различных профессиональных технологий и приемов.

Задачи:

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение системы взаимодействия с органами государственной власти;
- изучение технологии взаимодействия с органами государственной власти;
- приобретение навыков взаимодействия с органами государственной власти.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «GR как инструмент взаимодействия с органами государственной власти» находится в части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, формируемой участниками образовательных отношений.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-17. Способен выстраивать коммуникации с представителями органов власти	<p>ПК-17.1 Знание основы GR</p> <p>ПК-17.2. Умение выстраивать коммуникации с представителями органов власти</p> <p>ПК-17.3. Владение методами и технологиями коммуникации с представителями органов власти</p>	<p>Знать правила и приемы взаимодействия с органами власти</p> <p>Уметь вести диалог с представителями органов власти при решении профессиональных задач</p> <p>Владеть приемами делового общения и навыками установления эффективной коммуникации при решении профессиональных задач</p>	<p>Дискуссии</p> <p>Творческие задания</p> <p>Разбор конкретных ситуаций</p>
ПК-19. Способен формировать и развивать системы обратной связи,	<p>ПК-19.1. Знание основ формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации</p> <p>ПК-19.2. Умение формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и</p>	<p>Знать механизмы формирования и функционирования систем обратной связи, двунаправленной горизонтальной и вертикальной коммуникации</p> <p>Уметь формировать системы обратной связи, двунаправленной горизонтальной и вертикальной коммуникации</p>	<p>Дискуссии</p> <p>Творческие задания</p> <p>Разбор конкретных ситуаций</p>

горизонтальной коммуникации ПК-19.3. Владение технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	Владеть технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	
---	---	--

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

##### Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Принципы взаимодействия власти и общества	7	1		2		2	2	
2	GR-взаимодействие: формы и виды	7	1		2		2	2	
3	GR-взаимодействие: структура коммуникаций	7	2		4		4	4	
4	GR-менеджмент: цели и задачи	7	2-3		4		2	2	
5	GR-менеджмент: уровни взаимодействия	7	3-5		8		8	8	
6	GR-департамент: основные функции	7	5-7		8		8	8	Рейтинг-контроль № 1
7	GR- взаимодействие с разными типами организаций	7	7-8		6		6	6	
8	Лоббирование как вид GR-взаимодействия	7	9-14		12		12	12	Рейтинг-контроль № 2
9	Особенности российского GR-взаимодействия	7	15-18		8		8	8	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр:					54		54	54	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине					54		54	54	Зачет

#### Содержание практических занятий по дисциплине

##### Практическое занятие № 1.

Принципы взаимодействия власти и общества

ПЛАН

1. Система взаимодействия функционирует как различные институты государства и общества.
2. Реально реализующие связи: прямые и обратные, вертикальные и горизонтальные, подчиняющие и поддерживающие и пр.
3. Субъектно-субъектные отношения составляют сущностную характеристику этой системы.
4. Социальный менеджмент (по западной технологии) — вовлечение в процесс реформирования всех социальных групп и слоев, учет и согласование интересов всех действующих субъектов — стратегия демократизации и гуманистическая технология рыночных преобразований.
5. Взаимодействие как диалектическое сочетание потребностей, интересов общества и возможностей государства.
6. Требования и поддержка различных слоев, групп общества, адресованные системе управления, должны быть реальными, ресурсная поддержка достаточной — политика и управление, как уже отмечалось, есть искусство возможного.

### **Практическое занятие № 2.**

GR-взаимодействие: формы и виды

#### ПЛАН

1. Основные функции специалиста по GR:
  - формирование благоприятного имиджа компании среди политической элиты;
  - решение практических вопросов с государственными компаниями;
  - формирование благоприятной атмосферы отношений с регулирующими органами;
  - решение судебных вопросов;
  - решение вопросов входа на новый рынок.
2. Подготовка программы по GR включает пять основных шагов:
  - определение проблем (identifying issues);
  - расстановка приоритетов (setting priorities);
  - идентификация высших чиновников (identifying policymakers);
  - урегулирование стратегии повесток дня (setting agendas);
  - отбор действий и ресурсов (selection actions and resources).

### **Практическое занятие № 3.**

GR-взаимодействие: структура коммуникаций

#### ПЛАН

1. Основные задачи GR- менеджмента.
2. Отношения с сотрудниками правительственных учреждений;
3. Наблюдение за работой правительственных органов, которая может затронуть интересы представляемых групп;
4. Влияние на формирование законодательства, которое может отразиться на интересах представляемых групп;
5. Участие представляемых групп в работе правительства на всех уровнях;
6. Разъяснение представителям правительственных учреждений, в чем состоит деятельность представляемых групп.

### **Практическое занятие № 4-5.**

GR-менеджмент: цели и задачи

#### ПЛАН

1. Дать характеристику функций GR-менеджмента.
2. Мониторинг действий органов власти.
3. Аналитика действий органов власти и их влияния на компанию.
4. Внутренняя коммуникация.
5. Взаимодействие с органами власти (лоббирование).

**Практическое занятие № 5-10.**  
GR-менеджмент: уровни взаимодействия  
ПЛАН

1. Современная государственная политика России в отношении бизнеса и гражданского общества;
2. Правовые аспекты GR-деятельности;
3. Профессионализация GR-деятельности;
4. Международный, национальный, региональный, локальный уровни.

**Практическое занятие № 10-12.**  
GR-департамент: основные функции  
ПЛАН

1. Компетенции и профиль GR-специалиста;
2. Организация политического дискурса и информационный лоббизм;
3. Искусство GR-переговоров;
4. Государственные решения и технологии влияния на процесс их выработки;

**Практическое занятие № 12-13.**  
GR- взаимодействие с разными типами организаций  
ПЛАН

1. Общественные организации российского бизнеса и их возможности во взаимодействии с властью;
2. GR и медийное пространство. Формирование событий;
3. Практика ведения эффективных переговоров

**Практическое занятие № 13-15.**  
Лоббирование как вид GR-взаимодействия  
ПЛАН

1. Манипулятивные и контрманипулятивные GR-технологии в бизнесе;
2. Лоббизм как особая технология GR-деятельности;
3. Сотрудничество с законодательными и исполнительными органами с целью противодействия или содействия принятию определенных законных актов и управленческих решений.

**Практическое занятие № 16-18.**  
Особенности российского GR-взаимодействия  
ПЛАН

1. Повышение роли государства и государственных акторов в экономике России.
2. Кризис политического PR в России.
3. Формирование профессиональных департаментов по связям с органами государственной власти в российских корпорациях.
4. Образование в ведущих российских ассоциациях специализированных комитетов по связям с органами государственной власти.

**5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ,  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И  
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
СТУДЕНТОВ**

**5.1. Текущий контроль успеваемости.**

**Рейтинг-контроль № 1**  
**Аналитическая записка**

Примерные задания для аналитической записки:

1. Анализ понятия «GR»

## 2. Основные функции специалиста по GR/

### Рейтинг-контроль № 2

#### Творческое задание

Примерные темы:

1. Написать должностную инструкцию специалиста по GR.
2. Обосновать структуру GR-департамента.

### Рейтинг-контроль № 3

#### Дискуссия

Примерные темы для дискуссии:

1. GR и лоббирование: общее и особенное.
2. Лоббирование и коррупция.
3. Лоббирование и имидж власти.

## 5.2. Промежуточная аттестация

### Примерные вопросы для зачета

1. Понятие GR-менеджмента
2. Функции GR-менеджмента.
3. Виды GR-менеджмента
4. Организация как социальный и политический субъект.
5. Внутренняя среда организации.
6. Внешняя среда организации.
7. Деятельность некоммерческой организации.
8. Деятельность GR и PR - департаментов организации.
9. Лоббирование и коррупция: сходство и отличия.
10. Понятие и признаки некоммерческой организации.
11. Проблемы формирования имиджа в некоммерческом секторе.
12. Модель партнерства в отношениях с государственной властью.
13. Процесс принятия решения внутри корпорации.
14. Определение значимых проблем и целей во взаимодействии с государством.
15. Концепции "Shareholders" и "Stakeholders" в GR-деятельности.
16. Идентификация стейкхолдеров и их интересов.
17. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния.
18. Стратегия продвижения месседжа в СМИ.
19. Проблема асимметричности информации.
20. Процессы принятия решений в законодательных и исполнительных органах власти.
21. Технологии и техники прямого лоббизма.
22. Технологии косвенного лоббизма.
23. Использование "переговорных площадок" во взаимодействии с органами государственной власти.
24. Лоббизм и GR: история развития.
25. Лоббизм в США и Канаде: особенности законодательства.
26. Законодательство о GR в Европейском союзе.
27. Особенности российского "политического" капитализма.
28. Институционализация PR и GR в России.
29. Перспективы GR в России.
30. Профессия GR-менеджера в России и зарубежных странах

### **5.3. Самостоятельная работа студентов** **Основные вопросы для самостоятельной работы (конспекты)**

#### **Тема 1. Принципы взаимодействия власти и общества**

1. Прямые и обратные, вертикальные и горизонтальные, подчиняющие и поддерживающие и связи.
2. Социальный менеджмент как стратегия демократизации и гуманистическая технология рыночных преобразований.
3. Требования и поддержка различных слоев, групп общества, адресованные системе управления, должны быть реальными, ресурсная поддержка достаточной.

#### **Тема 2. GR-взаимодействие: формы и виды**

1. Основные функции специалиста по GR
2. Формы GR-взаимодействия
3. Виды GR-взаимодействия

#### **Тема 3. GR-взаимодействие: структура коммуникаций**

1. Отношения с сотрудниками правительственных учреждений;
2. Влияние на формирование законодательства, которое может отразиться на интересах представляемых групп;
3. Разъяснение представителям правительственных учреждений, в чем состоит деятельность представляемых групп.

#### **Тема 4. GR-менеджмент: цели и задачи**

1. Мониторинг действий органов власти.
2. Аналитика действий органов власти и их влияния на компанию.

#### **Тема 5. GR-менеджмент: уровни взаимодействия**

1. Современная государственная политика России в отношении бизнеса и гражданского общества;
2. Правовые аспекты GR-деятельности;
3. Профессионализация GR-деятельности;
4. Международный, национальный, региональный, локальный уровни.

#### **Тема 6. GR-департамент: основные функции**

1. Организация политического дискурса и информационный лоббизм;
2. Искусство GR-переговоров;
3. Государственные решения и технологии влияния на процесс их выработки;

#### **Тема 7. GR- взаимодействие с разными типами организаций**

1. Общественные организации российского бизнеса и их возможности во взаимодействии с властью;
2. GR и медийное пространство.
3. Формирование событий;

#### **Тема 8. Лоббирование как вид GR-взаимодействия**

1. Манипулятивные и контрманипулятивные GR-технологии в бизнесе;
2. Лоббизм как особая технология GR-деятельности;
3. Сотрудничество с законодательными и исполнительными органами с целью противодействия или содействия принятию определенных законных актов и управленческих решений.

#### **Тема 9. Особенности российского GR-взаимодействия**

1. Кризис политического PR в России.

2. Формирование профессиональных департаментов по связям с органами государственной власти в российских корпорациях.
3. Образование в ведущих российских ассоциациях специализированных комитетов по связям с органами государственной власти.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Книгообеспеченность**

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ	
<b>Основная литература</b>			
Горохов, В. М. Гринберг Т. Э. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с.	2018	<a href="https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756708967.html">https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756708967.html</a>	
Никитин А.С., GR для малого и среднего бизнеса: монография [Электронный ресурс] / Никитин А.С., Шатилов А.Б., Муляр С.Н., Вечернин Д.С. М. : Проспект, 2016. - 104 с.	2016	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392189892.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392189892.html</a>	
Никитин, А. С. GR для малого и среднего бизнеса. Версия 2. 0 / Никитин А. С. , Шатилов А. Б. , Муляр С. Н. , Вечернин Д. С. - Москва : Проспект, 2017. - 144 с. - ISBN 978-5-392-23528-5.	2017	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885392235285.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885392235285.html</a>	
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5.	2020	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885829129125.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885829129125.html</a>	
<b>Дополнительная литература</b>			
Горкина М.Б., PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. - 6-е изд. - (Серия "Бизнес на 100%). М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 240 с.	2016	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html</a>	
Пономарев Н.Ф., Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и дискурсивные практики [Электронный ресурс]: учеб. пособие. М. : ФЛИНТА, 2016. - 125 с.	2016	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976522411.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976522411.html</a>	
Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6.	2016	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885756708196.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97885756708196.html</a>	

### **6.2. Интернет-ресурсы**

1. <https://news.pressfeed.ru>
2. [www.sovetsnik.com](http://www.sovetsnik.com)



3. ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>
4. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
5. 3 ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
6. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
7. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доцент, кандидат философских наук Соколова С.Ю. 

Рецензент руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 11 от 18.06.21 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. 