

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт государственной службы и управления

Кафедра зарубежного регионоведения и международного сотрудничества

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры зарубежного
регионоведения и международного
сотрудничества
Протокол от «25» июня 2019 г. № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Модуль «Управление проектами»
Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office)

(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

GR проект.офиса

(краткое наименование дисциплины)

41.03.01 Зарубежное регионоведение

(код, наименование направления подготовки)

Управление международными проектами и программами
(российско-испанская программа с углубленным изучением иностранных языков)

(направленность (профиль))

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2020

Москва, 2019 г.

Автор–составитель:

кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры зарубежного регионоведения и международного сотрудничества Жуликова О.В.

Заведующий кафедрой

Заведующий кафедрой зарубежного регионоведения и международного сотрудничества, доктор социологических наук Комлева В.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	21
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	23
6.1. Основная литература.....	23
6.2. Дополнительная литература.....	23
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	23
6.4. Нормативные правовые документы.....	24
6.5. Интернет-ресурсы.....	24
6.6. Иные источники.....	25
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	26

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office) обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-4	Способен пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи	ПКр-4.2	Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи

1.2 В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
формирование трудовой функции А/02.6 Получение информации для подготовки материала в рамках обобщенной трудовой функции А Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации (профессиональный стандарт 11.003 Корреспондент средств массовой информации) и профессиональных действий, связанных с умением работать с российскими и зарубежными базами данных, применять технологии поиска информации осуществлять сбор и обработку необходимой информации; проводить анализ информационного пространства, каналов информирования	ПКр-4.2	на уровне знаний: демонстрирует знание основных требований к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
		на уровне умений: соблюдает основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности
		на уровне навыков: определяет основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office) составляет 3 зачётные единицы, 108 часов.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем, составляет 48 часов: лекции – 16 часов, практические занятия – 32 часа. Самостоятельная работа составляет 24 часа.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office) предусмотрена на 4 курсе в 7 семестре, преподается на английском языке.

Дисциплина Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office) входит в дисциплины по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)».

В содержательном плане дисциплина опирается на Б1.В.01.02 Информационные ресурсы и базы данных по зарубежному регионоведению (3 семестр).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ/	КСР		
Тема 1	GR в системе коммуникационного менеджмента: сущностные и теоретико-концептуальные аспекты. GR in the communication management system: essential and theoretical and conceptual aspects	9	2		4		3	О
Тема 2	GR как форма интегрированных коммуникаций: функциональное и институциональное измерение. GR as a form of integrated communications: functional and institutional dimension	9	2		4		3	О
Тема 3	GR как форма интегрированных коммуникаций: технологические аспекты. GR as a form of integrated communications: technological aspects	9	2		4		3	О
Тема 4	Особенности применения GR-технологий. Features of the application of GR technologies	9	2		4		3	О
Тема 5	Модели GR-коммуникации. GR communication models	9	2		4		3	О
Тема 6	GR-практики российских консалтинговых агентств. GR-practices of Russian consulting agencies	9	2		4		3	О
Тема 7	GR-практики российских компаний. GR-practices of Russian companies	9	2		4		3	О
Тема 8	GR-практики НКО в России. GR-practices of NGOs in Russia	9	2		4		3	О, Р

Промежуточная аттестация	36						Э
Всего:	108	16		32		24	

Примечание:

*** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р)*

**** - формы промежуточной аттестации: экзамен (Э).*

Содержание дисциплины

Тема 1. GR в системе коммуникационного менеджмента: сущностные и теоретико-концептуальные аспекты. GR in the communication management system: essential and theoretical and conceptual aspects

Понятие Government Relations. Место GR в системе коммуникативного менеджмента. Особенности GR как формы интегрированных коммуникаций. GR и PA (Public Affairs): сходства и различия. GR и PR: сходства и различия. GR и Advocacy: сходства и различия. GR vs. Лоббизм. Субъекты и объекты GR. Методология исследования GR-деятельности. Основные направления GR-деятельности. Понятие контрагент. Понятие "стейкхолдер". Группы интересов как политические акторы. Основные типологии групп интересов. Система функционального представительства. Модели функционального представительства. Плюрализм как модель функционального представительства. Корпоратизм (неокорпоративизм) как модель политического представительства. "Сетевая" (networking) модель функционального представительства. Клиентелизм как модель функционального представительства. Элитистский подход к политическому представительству. "Вращающиеся двери" (revolving-doors) в политическом представительстве интересов. Технологии политического представительства интересов (литография, grass-roots, пропаганда).

The Concept Of Government Relations. The place of GR in the system of communication management. Features of GR as a form of integrated communications. GR and PA (Public Affairs): similarities and differences. GR and PR: similarities and differences. GR and Advocacy: similarities and differences. Vs GR. Lobbyism. GR subjects and objects. Methodology of GR-activity research. The main directions of GR-activity. The concept of counterparty. The concept of "stakeholder". Interest groups as political actors. Main typologies of interest groups. The system of functional representation. Models of functional representation. Pluralism as a model of functional representation. Corporatism (neocorporativism) as a model of political representation. The "network" model of functional representation. Clientelism as a model of functional representation. An elitist approach to political representation. "Revolving-doors" in the political representation of interests. Technologies of political representation of interests (littigation, grass-roots, propaganda).

Тема 2. GR как форма интегрированных коммуникаций: функциональное и институциональное измерение. GR as a form of integrated communications: functional and institutional dimension

Производственные функции GR (выстраивание отношений с органами власти, стейкхолдерами). Поддерживающие функции GR (консалтинг, экспертное сопровождение). Типология GR-деятельности. Институциональный (стратегический) GR. Персональный (тактический) GR. Конвенциональный (регулярный) GR. Антикризисный GR. Особенности in-house GR. GR-департамент: принципы организации. Функции GR-департамента. Профессиональные качества GR-специалиста. Особенности рекрутмента в GR. Особенности revolving doors (привлечения бывших чиновников). Формы и механизмы повышения эффективности GR-специалистов. Compliance policy в современном GR: проблемы соответствия. Out-house GR (консалтинговая компания). Функции и задачи outhouse GR-деятельности. Формы и способы оценки эффективности GR-деятельности. GRбенчмаркинг. Кодексы профессионального поведения в GR.

Gr production functions (building relationships with authorities and stakeholders). Supporting GR functions (consulting, expert support). Typology Of Political Activity. Institutional (strategic)

GR. Personal (tactical) GR. Conventional (regular) GR. Anti-crisis GR. Features of in-house GR. GR-Department: principles of organization. Functions of the GR Department. Professional qualities of a GR-specialist. Features of recruitment in GR. Features of revolving doors (the involvement of former officials). Forms and mechanisms for improving the efficiency of GR-specialists. Compliance policy in modern GR: compliance problems. Out-house GR (a consulting company). Functions and tasks of outhouse GR-activity. Forms and methods of evaluating the effectiveness of GR-activities. Grbenchmarking. Codes of professional conduct in GR.

Тема 3. GR как форма интегрированных коммуникаций: технологические аспекты. GR as a form of integrated communications: technological aspects

Планирование GR-деятельности. GR-стратегия: сущность и виды. Основные GR-стратегии. Технологии выстраивания отношений/формирование связей с органами власти и стейкхолдерами. Информационный GR. Нормотворческая деятельность (подготовка поправок, альтернативное законодательство). Лоббизм как форма GR-деятельности. Формы лоббистской деятельности. Литигация как форма лоббистской деятельности. «Давление» с мест как форма лоббистской деятельности. Поддержка политической деятельности (электоральная активность). Неконвенциональные технологии лоббистской (astroturfing, greenwashing, коррупционные схемы). Современные тактики лоббистской деятельности («дантист», «троянский конь», «третья сторона»). Общественная экспертиза (public involvement). GR-коммуникации: формы и виды. Имиджевые функции GR. GR и корпоративная социальная ответственность. Особенности работы с общественными организациями. Информационное обеспечение как форма GR-коммуникации. Экспертно-консультативное обеспечение как форма GR-деятельности. Информационная политика в GR-деятельности. Роль СМИ в GRкоммуникациях (media-relations). Концепция "ключевых сообщений" в GR-коммуникации. Messagemanagement в GR-деятельности. Особенности GR-коммуникации в интернете. Social-media как каналы GR-коммуникации

Planning GR activities. GR-strategy: essence and types. Main GR strategies. Technologies for building relationships/forming relationships with authorities and stakeholders. Information GR. Standard-setting activities (preparation of amendments, alternative legislation). Lobbying as a form of GR-activity. Forms of lobbying activity. Litigation as a form of lobbying activity. "Pressure" from the field as a form of lobbying. Support for political activity (electoral activity). Unconventional lobbying technologies (astroturfing, greenwashing, corruption schemes). Modern lobbying tactics ("dentist", "Trojan horse", "third party"). Public examination (public involvement). GR-communications: forms and types. GR image functions. GR and corporate social responsibility. Features of working with public organizations. Information support as a form of GR-communication. Expert Advisory support as a form of GR-activity. Information policy in GR-activities. The role of the media in Media-relations. The concept of "key messages" in GR communication. Messagemanagement in GR-activity. Features of GR-communication on the Internet. Social-media as GR communication channels

Тема 4. Особенности применения GR-технологий. Features of the application of GR technologies.

GR-коммуникации в контексте корпоративной коммуникационной и информационной политики. Информационный GR: формы и виды. Информационно-консультативное сопровождение как вид GR-деятельности. Аналитическое сопровождение как вид GR-деятельности. Особенности коммуникации с органами государственной власти (законодательными, исполнительными) и местного самоуправления. Особенности коммуникации со стейкхолдерами. Event-деятельность в рамках GR. Media-relations и GR-деятельность. Имиджевые функции GR. Социальная ответственность как вид GR-деятельности.

Лоббистская деятельность как направление GR-коммуникации: основные характеристики.

«Прямой» лоббизм vs. «непрямой» лоббизм. Этапы лоббистской деятельности. Литигация как форма лоббистской деятельности. Grass-rooting как форма лоббистской деятельности. «Пропагандистские» технологии лоббизма. GR-деятельности в контексте избирательного процесса. Неконвенциональные технологии лоббистской деятельности (astroturfing, коррупционные схемы).

GR-communications in the context of corporate communication and information policy. Information GR: forms and types. Informational and Advisory support as a type of GR-activity. Analytical support as a type of GR-activity. Features of communication with state authorities (legislative, Executive) and local self-government. Features of communication with stakeholders. Event-activities in the framework of GR. Media-relations and GR-activities. GR image functions. Social responsibility as a type of GR-activity.

Lobbying as a direction of GR-communication: main characteristics. "Direct" lobbying vs. "indirect" lobbying. The stages of the lobbying activities. Litigation as a form of lobbying activity. Grass-rooting as a form of lobbying activity. "Propaganda" technologies of lobbying. GR-activities in the context of the electoral process. Unconventional technologies of lobbying (astroturfing, corruption schemes).

Тема 5. Модели GR-коммуникации. GR communication models

Англосаксонская модель GR: основные характеристики. Институционализированный лоббизм. Проблемы законодательного регулирования лоббистской деятельности. Институт профессионального лоббизма. Compliance policy в GR-деятельности: англосаксонская модель. Особенности организации GR в США. Лоббизм как профессиональный институт в США. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в США. The Lobbying Act (1946), The Disclose Act (1995). The Foreign Agents Act (1938). Регистрация лоббистской деятельности. Ограничения лоббистской деятельности. "Железный треугольник" лоббизма. Revolving doors в США. Корпоративный GR в США: специфика формирования GR-департаментов. Основные технологии корпоративного GR в США. US Chamber of Commerce: особенности GR-коммуникации. Особенности корпоративной GR-коммуникации в США (кейсы компаний из различных секторов/отраслей). Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в США. GR-активность общественных организаций (advocacy groups) в США. NRA: специфика GR-коммуникации. Особенности организации GR в Канаде. Институт лоббизма в Канаде. The Lobbying Act (1985). Лоббисты-консультанты. Корпоративный in-house лоббизм в Канаде. Общественный in-house лоббизм в Канаде. Особенности корпоративной GR-коммуникации в Канаде (кейсы компаний из различных секторов/отраслей).

Европейская модель GR: основные характеристики. Корпоративное представительство и GR-коммуникации. Институциональные формы представительства интересов. "Комитетская система" как форма GR-коммуникации. Особенности организации GR-деятельности в Германии. Особенности применения технологий GR в Германии. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в Германии. GR-деятельность представительских организаций бизнеса в Германии (BDI, BDA, DGB, DIHK). Специфика GR-деятельности в рамках «комитетской системы» Германии. Особенности revolving-doors в германских условиях. Особенности корпоративной GR-коммуникации в Германии (кейсы компаний из различных секторов/отраслей). Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в Германии. Особенности организации GR-деятельности в Великобритании. Особенности осуществления лоббистской деятельности в Великобритании. Political agents как в Civil Service Code в Великобритании. Особенности организации GR-деятельности во Франции. Особенности организации GR-деятельности в Европейском Союзе. Корпоративное представительство в ЕС. "Комитетская система" в ЕС. Особенности compliance policy при осуществлении GR-деятельности в ЕС.

Особенности организации и осуществления GR-деятельности в России. Специфика функционирования системы органов государственной власти местного самоуправления в

России. Стейкхолдеры в России. Особенности применения технологий GR в России. Проблемы законодательного регулирования лоббизма в России. Особенности осуществления лоббистской деятельности в России (законодательные, исполнительные органы). Информационный GR в российских условиях. Аутсорсинговый (out-house) GR в России: общие характеристики. Специфика GR-коммуникации представительских организаций бизнеса в России (РСПП, «Деловая Россия», ОПОРА России, ТПП РФ, отраслевые союзы). Особенности осуществления GR-коммуникации НКО (не предпринимательские). Revolving-doors в российских условиях. Особенности GR-коммуникации при реализации проектов ГЧП. Специфика производственных функций GR в России («бюджетное» лоббирование, госзаказы). Compliance policy в российском корпоративном GR. Этические кодексы в российском GR. Особенности корпоративной GR-коммуникации в России (кейсы компаний из различных секторов/отраслей).

The Anglo-Saxon model GR: the main characteristics. Institutionalized lobbying. Problems of legislative regulation of lobbying activities. Institute of professional lobbying. Compliance policy in GR-activity: the Anglo-Saxon model. Features of GR organization in the USA. Lobbying as a professional institution in the United States. Legislative regulation of lobbying activities in the United States. The Lobbying Act (1946), The Disclose Act (1995). The Foreign Agents Act (1938). Registration of lobbying activities. Restrictions on lobbying activities. The "iron triangle" of lobbying. Revolving doors in the United States. Corporate GR in the USA: specifics of forming GR departments. The main technologies of corporate GR in the USA. The US Chamber of Commerce: features of GR-communications. Features of corporate Intercommunication in the United States (cases of companies from various sectors/industries). Features of compliance policy for GR activities in the United States. GR-activity of public organizations (advocacy groups) in the United States. NRA: specifics of GR communication. Features of the GR organization in Canada. Institute of lobbying in Canada. The Lobbying Act (1985). Lobbyists-consultants. Corporate in-house lobbying in Canada. Public in-house lobbying in Canada. Features of corporate GR-communication in Canada (cases of companies from various sectors/industries).

European GR model: main characteristics. Corporate representation and Intercommunications. Institutional forms of representation of interests. "Committee system" as a form of GR-communication. Features of the organization of GR-activities in Germany. Features of GR technologies application in Germany. Legal regulation of lobbying activities in Germany. GR - activities of representative business organizations in Germany (BDI, BDA, DGB, DIHK). Specifics of GR-activities within the "Committee system" of Germany. Features of revolving-doors in German conditions. Features of corporate GR-communication in Germany (cases of companies from different sectors/industries). Features compliance policy in the implementation of GR activities in Germany. Features of the organization of GR-activities in the UK. Features of lobbying activities in the UK. Political agents as in the Civil Service Code in the UK. Features of the organization of GR-activities in France. Features of the organization of GR-activities in the European Union. Corporate representation in the EU. The "Committee system" in the EU. Features of compliance policy for GR activities in the EU

Features of the organization and implementation of GR-activities in Russia. Specifics of the functioning of the system of state authorities of local self-government in Russia. Stakeholders in Russia. Features of GR technologies application in Russia. Problems of legal regulation of lobbying in Russia. Features of lobbying activities in Russia (legislative and Executive bodies). Information GR in Russian conditions. Outsourcing (out-house) GR in Russia: General characteristics. Specifics of GR-communication of representative business organizations in Russia (RSPP, Delovaya Rossiya, OPORA Rossii, CCI of the Russian Federation, industry unions). Features of implementation of GR-communication of NPOs (non-business). Revolving-doors in Russian conditions. Features of GR-communication in the implementation of PPP projects. Specifics of GR production functions in Russia ("budget" lobbying, state orders). Compliance policy in the Russian corporate GR. Ethical codes in the Russian GR. Features of

corporate GR-communication in Russia (cases of companies from various sectors/industries).

Тема 6. GR-практики российских консалтинговых агентств. GR-practices of Russian consulting agencies.

Особенности осуществления out-house GR-деятельности. Специфика проектной деятельности outhouse GR. «Плюсы» и «минусы» out-house GR-деятельности. Основные субъекты (консалтинговые компании) out-house GR-деятельности. Технологии аутсорсингового GR. Законодательный (норматворческий) аутсорсинг. Специфика осуществления лоббистской деятельности консалтинговыми (out-house) агентствами. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности консалтинговых компаний. Кейсы out-house GR-деятельности.

The peculiarities of the out-house GR activities. Specific nature of project activities outhouse GR. "Pros" and "cons" of out-house GR-activity. The main subjects (consulting companies) of out-house GR-activity. Outsourcing GR technologies. Legislative (norm-creating) outsourcing. The specifics of the implementation of lobbying and consulting (out-house) agencies. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities of consulting companies. Cases of out-house GR-activity.

Тема 7. GR-практики российских компаний. GR-practices of Russian companies

GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций российских компаний. Основные направления GR-деятельности российских компаний. Стратегия и тактика GR-деятельности в российском корпоративном секторе. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в российских компаниях. Особенности функционирования GR-департаментов в российских компаниях. Специфика осуществления лоббистской деятельности российскими компаниями. Особенности compliance policy в российских компаниях. Антикризисный GR: российская практика. Особенности осуществления корпоративной социальной ответственности российская практика. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт российских компаний. Кейсы корпоративной GR-практики. GR in the system of corporate integrated communications of Russian companies. The main directions of GR-activity of Russian companies. Strategy and tactics of GR-activity in the Russian corporate sector. Forms and mechanisms of corporate GR-communication in Russian companies. Features of functioning of GR-departments in Russian companies. Specifics of lobbying activities by Russian companies. Features of compliance policy in Russian companies. Anti-crisis approach: Russian practice. Especially the implementation of corporate social responsibility practice in Russia. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities: experience of Russian companies. Corporate GR practice cases.

Тема 8. GR-практики НКО в России. GR-practices of NGOs in Russia

Некоммерческие организации (НКО) как стейкхолдеры. Особенности осуществления GR-деятельности НКО: основные характеристики. Стратегия GR-деятельности НКО. Особенности осуществления GR-деятельности НКО: Специфика compliance policy НКО. Кейсы GR-практики НКО.

Представительские организации бизнеса (предпринимательские ассоциации): формы и виды. Предпринимательские ассоциации как стейкхолдеры. Особенности осуществления GR-деятельности представительскими организациями бизнеса. Стратегия и тактики GR-деятельности российских предпринимательских союзов. Формы и механизмы GR-коммуникации представительских организаций бизнеса (РСПП, ОПОРА России). Особенности осуществления лоббистской деятельности представительскими организациями бизнеса («цеховой» лоббизм). Особенности осуществления GR-деятельности зарубежными предпринимательскими ассоциациями в России (Германская внешнеторговая палата). Специфика compliance policy представительских организаций бизнеса. Саморегулирование и GR-деятельность (опыт СРО). Кейсы GR-практики

представительских организаций бизнеса.

Non-profit organizations (NPOs) as stakeholders. Features of the implementation of non-profit organizations: main characteristics. Strategy of GR-activity of NPOs. Features of implementation of GR-activity of NPOs: Specifics of compliance policy of NPOs. Cases of GR-practice of NGOs.

Representative business organizations(business associations): forms and types. Business associations as stakeholders. Features of GR-activity implementation by representative business organizations. Strategy and tactics of GR-activity of Russian business unions. Forms and mechanisms of GR-communication of representative business organizations (RSPP, OPORA Russia). Features of lobbying activities by representative business organizations ("shop" lobbying). Features of GR-activity by foreign business associations in Russia (German chamber of Commerce). Specifics of compliance policy of representative business organizations. Self-regulation and GR-activity (SRO experience). GR-practice cases of representative business organizations.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04.ДВ.04.02 GR проектного офиса (GR project office) используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1	GR в системе коммуникационного менеджмента: сущностные и теоретико-концептуальные аспекты. GR in the communication management system: essential and theoretical and conceptual aspects	опрос
Тема 2	GR как форма интегрированных коммуникаций: функциональное и институциональное измерение. GR as a form of integrated communications: functional and institutional dimension	опрос
Тема 3	GR как форма интегрированных коммуникаций: технологические аспекты. GR as a form of integrated communications: technological aspects	опрос
Тема 4	Особенности применения GR-технологий. Features of the application of GR technologies	опрос
Тема 5	Модели GR-коммуникации. GR communication models	опрос
Тема 6	GR-практики российских консалтинговых агентств. GR-practices of Russian consulting agencies	опрос
Тема 7	GR-практики российских компаний. GR-practices of Russian companies	опрос
Тема 8	GR-практики НКО в России. GR-practices of NGOs in Russia	опрос, защита реферата

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и заданиям.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами,
- участие в обсуждении докладов,
- защита реферата.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия, защиты реферата.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

Вопросы темы для подготовки к опросам (дискуссиям) (темы докладов):

Тема 1. GR в системе коммуникационного менеджмента: сущностные и теоретико-концептуальные аспекты. GR in the communication management system: essential and theoretical and conceptual aspects

1. Понятие Government Relations.
 2. Место GR в системе коммуникативного менеджмента.
 3. Субъекты и объекты GR.
 4. Основные направления GR-деятельности.
 5. Модели функционального представительства.
 6. Технологии политического представительства интересов (литогаия, grass-roots, пропаганда).
-
1. The Concept Of Government Relations.
 2. The place of GR in the system of communication management.
 3. GR subjects and objects.
 4. The main directions of GR-activity.
 5. Models of functional representation.
 6. Technologies of political representation of interests (littigation, grass-roots, propaganda).

Тема 2. GR как форма интегрированных коммуникаций: функциональное и институциональное измерение. GR as a form of integrated communications: functional and institutional dimension

1. Производственные функции GR (выстраивание отношений с органами власти, стейкхолдерами).
 2. Поддерживающие функции GR (консалтинг, экспертное сопровождение).
 3. Типология GR-деятельности.
 4. Профессиональные качества GR-специалиста.
 5. Compliance policy в современном GR: проблемы соответствия.
-
1. Gr production functions (building relationships with authorities and stakeholders).
 2. Supporting GR functions (consulting, expert support).
 3. Typology Of Political Activity.
 4. Professional qualities of a GR-specialist.
 5. Compliance policy in modern GR: compliance problems.

Тема 3. GR как форма интегрированных коммуникаций: технологические аспекты. GR as a form of integrated communications: technological aspects

1. Планирование GR-деятельности.
2. GR-стратегия: сущность и виды.

3. Технологии выстраивания отношений/формирование связей с органами власти и стейкхолдерами.
4. Лоббизм как форма GR-деятельности.
5. GR-коммуникации: формы и виды.
6. Роль СМИ в GR-коммуникациях (media-relations).
7. Social-media как каналы GR-коммуникации

1. Planning GR activities.
2. GR-strategy: essence and types.
3. Technologies for building relationships/forming relationships with authorities and stakeholders.
4. Lobbying as a form of GR-activity.
5. GR-communications: forms and types.
6. The role of the media in Media-relations.
7. Social-media as GR communication channels

Тема 4. Особенности применения GR-технологий. Features of the application of GR technologies.

1. Информационный GR: формы и виды. Информационно-консультативное сопровождение как вид GR-деятельности.
2. Аналитическое сопровождение как вид GR-деятельности.
3. Особенности коммуникации с органами государственной власти (законодательными, исполнительными) и местного самоуправления.
4. Event-деятельность в рамках GR. Media-relations и GR-деятельность.
5. Имиджевые функции GR.
6. Лоббистская деятельность как направление GR-коммуникации: основные характеристики.
7. Неконвенциональные технологии лоббистской деятельности (astroturfing, коррупционные схемы).

1. Information GR: forms and types. Informational and Advisory support as a type of GR-activity.
2. Analytical support as a type of GR-activity.
3. Features of communication with state authorities (legislative, Executive) and local self-government.
4. Event-activities in the framework of GR. Media-relations and GR-activities.
5. GR image functions.
6. Lobbying as a direction of GR-communication: main characteristics.
7. Unconventional technologies of lobbying (astroturfing, corruption schemes).

Тема 5. Модели GR-коммуникации. GR communication models

1. Англосаксонская модель GR: основные характеристики.
2. Особенности организации GR в США
3. GR-активность общественных организаций (advocacy groups) в США.
4. Общественный in-house лоббизм в Канаде.
5. Европейская модель GR: основные характеристики.
6. Особенности организации GR-деятельности в Европейском Союзе.
7. Особенности организации и осуществления GR-деятельности в России.
8. Информационный GR в российских условиях
9. Особенности GR-коммуникации при реализации проектов ГЧП.
10. Специфика производственных функций GR в России («бюджетное» лоббирование, госзаказы).

1. The Anglo-Saxon model GR: the main characteristics.
2. Features of GR organization in the USA.
3. GR-activity of public organizations (advocacy groups) in the United States.
4. Features of the GR organization in Canada. Institute of lobbying in Canada.
5. European GR model: main characteristics.
6. Features of compliance policy for GR activities in the EU
7. Features of the organization and implementation of GR-activities in Russia.
8. Information GR in Russian conditions.
9. Features of GR-communication in the implementation of PPP projects.
10. Specifics of GR production functions in Russia ("budget" lobbying, state orders).

Тема 6. GR-практики российских консалтинговых агентств. GR-practices of Russian consulting agencies.

1. Особенности осуществления out-house GR-деятельности.
 2. Специфика проектной деятельности outhouse GR.
 3. «Плюсы» и «минусы» out-house GR-деятельности.
 4. Основные субъекты (консалтинговые компании) out-house GR-деятельности.
 5. Технологии аутсорсингового GR.
 6. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности консалтинговых компаний.
 7. Кейсы out-house GR-деятельности.
-
1. The peculiarities of the out-house GR activities.
 2. Specific nature of project activities outhouse GR.
 3. "Pros" and "cons" of out-house GR-activity.
 4. The main subjects (consulting companies) of out-house GR-activity.
 5. Outsourcing GR technologies. Legislative (norm-creating) outsourcing.
 6. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities of consulting companies.
 7. Cases of out-house GR-activity.

Тема 7. GR-практики российских компаний. GR-practices of Russian companies

1. GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций российских компаний.
 2. Основные направления GR-деятельности российских компаний.
 3. Стратегия и тактика GR-деятельности в российском корпоративном секторе.
 4. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в российских компаниях.
 5. Антикризисный GR: российская практика.
 6. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт российских компаний.
 7. Кейсы корпоративной GR-практики.
-
1. GR in the system of corporate integrated communications of Russian companies.
 2. The main directions of GR-activity of Russian companies.
 3. Strategy and tactics of GR-activity in the Russian corporate sector.
 4. Forms and mechanisms of corporate GR-communication in Russian companies.
 5. Anti-crisis approach: Russian practice.
 6. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities: experience of Russian companies.
 7. Corporate GR practice cases.

Тема 8. GR-практики НКО в России. GR-practices of NGOs in Russia

1. Некоммерческие организации (НКО) как стейкхолдеры.
2. Стратегия GR-деятельности НКО
3. Кейсы GR-практики НКО.

4. Предпринимательские ассоциации как стейкхолдеры.
5. Стратегия и тактики GR-деятельности российских предпринимательских союзов.
6. Кейсы GR-практики представительских организаций бизнеса.

1. Non-profit organizations (NPOs) as stakeholders.
2. Strategy of GR-activity of NPOs.
3. Cases of GR-practice of NGOs.
4. Business associations as stakeholders.
5. Strategy and tactics of GR-activity of Russian business unions.
6. GR-practice cases of representative business organizations.

Примерные темы рефератов

1. Особенности GR-менеджмента в России.
2. Взаимодействие с отраслевыми объединениями, общественными организациями.
3. Роль общественных и экспертных советов при органах власти.
4. Обзор мировых трендов деловых коммуникаций.
5. Влияние изменений в коммуникациях на характер государственного и муниципального управления в России.
6. Что на самом деле означает декларируемая политика открытости и прозрачности для GR-коммуникаций с разными органами власти.
7. Полный цикл процесса взаимодействия с органами власти: от мониторинга до оценки результатов.
8. Анализ истории отношений компании с органами власти и общественными организациями.
9. Значение и методика проведения коммуникационного аудита и коммуникационного SWOT-анализа.
10. Выявление местных лидеров мнений.
11. Критерии оценки эффективности GR-деятельности.
12. Базовые компоненты политико-управленческого цикла У. Дана.
13. Система оценки эффективности GR-службы Ассоциации менеджеров России.
14. Критерии эффективной лоббистской кампании и деятельности.
15. Актуальные GR-технологии.
16. Прямое воздействие, воздействие через экспертное сообщество. корпоративная социальная ответственность, поддержка политической деятельности, медиарилейшнз, неэтичные GR-технологии (astroturfing, greenwashing, sockpuppeting), influence peddling — «торговля влиянием».
17. Технологии лоббирования. Мобилизация общественного мнения. Grassroots-кампании. Кампании public advocacy. Media-jacking. Индивидуальная работа с представителями власти.

Sample topics of abstracts

1. Features of GR-management in Russia.
2. Interaction with industry associations and public organizations.
3. The role of public and expert councils in government bodies.
4. Overview of global business communication trends.
5. Influence of changes in communications on the nature of state and municipal management in Russia.
6. What does the declared policy of openness and transparency really mean for GR-communications with different authorities?
7. The full cycle of interaction with authorities: from monitoring to evaluating results.
8. Analysis of the history of the company's relations with authorities and public organizations.
9. Significance and methodology of communication audit and communication SWOT

analysis.

10. Identify local opinion leaders.
11. Criteria for evaluating the effectiveness of GR-activities.
12. Basic components of the political and managerial cycle of U. Dan.
13. System for evaluating the effectiveness of the GR-service Of the Association of managers of Russia.
14. Criteria for effective lobbying campaigns and activities.
15. Current GR technologies.
16. Direct impact, impact through the expert community. corporate social responsibility, political support, media relations, unethical GR technologies (astroturfing, greenwashing, sockpuppeting), influence peddling-"influence peddling".
17. Lobbying technologies. Mobilization of public opinion. Grassroots campaigns. The campaign of public advocacy. Media-jacking. Individual work with government representatives.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКр-4	Способен пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями связи	ПКр-4.2	Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПКр-4.2 Способность определять основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи	<p>Определяет основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности</p> <p>Соблюдает основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности</p>	<p>Определены основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности</p> <p>Продемонстрированы основные требования к применению современными информационно-коммуникационными технологиями связи в профессиональной деятельности</p>

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к экзамену

1. Понятие Government Relations.
2. Место GR в системе коммуникативного менеджмента.
3. Субъекты и объекты GR.
4. Основные направления GR-деятельности.
5. Модели функционального представительства.
6. Технологии политического представительства интересов (литогаия, grass-roots, пропаганда).
7. Производственные функции GR (выстраивание отношений с органами власти, стейкхолдерами).
8. Поддерживающие функции GR (консалтинг, экспертное сопровождение).
9. Типология GR-деятельности.
10. Профессиональные качества GR-специалиста.
11. Compliance policy в современном GR: проблемы соответствия.
12. Планирование GR-деятельности.
13. GR-стратегия: сущность и виды.
14. Технологии выстраивания отношений/формирование связей с органами власти и стейкхолдерами.
15. Лоббизм как форма GR-деятельности.
16. GR-коммуникации: формы и виды.
17. Роль СМИ в GR-коммуникациях (media-relations).
18. Social-media как каналы GR-коммуникации.
19. Информационный GR: формы и виды. Информационно-консультативное сопровождение как вид GR-деятельности.
20. Аналитическое сопровождение как вид GR-деятельности.
21. Особенности коммуникации с органами государственной власти (законодательными, исполнительными) и местного самоуправления.
22. Event-деятельность в рамках GR. Media-relations и GR-деятельность.
23. Имиджевые функции GR.
24. Лоббистская деятельность как направление GR-коммуникации: основные характеристики.
25. Неконвенциональные технологии лоббистской деятельности (astroturfing, коррупционные схемы).
26. Англосаксонская модель GR: основные характеристики.
27. Особенности организации GR в США.
28. GR-активность общественных организаций (advocacy groups) в США.
29. Общественный in-house лоббизм в Канаде.
30. Европейская модель GR: основные характеристики.
31. Особенности организации GR-деятельности в Европейском Союзе.
32. Особенности организации и осуществления GR-деятельности в России.
33. Информационный GR в российских условиях.
34. Особенности GR-коммуникации при реализации проектов ГЧП.
35. Специфика производственных функций GR в России («бюджетное» лоббирование, госзаказы).
36. Особенности осуществления out-house GR-деятельности.
37. Специфика проектной деятельности outhouse GR.
38. «Плюсы» и «минусы» out-house GR-деятельности.
39. Основные субъекты (консалтинговые компании) out-house GR-деятельности.
40. Технологии аутсорсингового GR.
41. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности консалтинговых компаний.
42. Кейсы out-house GR-деятельности.

43. GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций российских компаний.
44. Основные направления GR-деятельности российских компаний.
45. Стратегия и тактика GR-деятельности в российском корпоративном секторе.
46. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в российских компаниях.
47. Антикризисный GR: российская практика.
48. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт российских компаний.
49. Кейсы корпоративной GR-практики.
50. Некоммерческие организации (НКО) как стейкхолдеры.
51. Стратегия GR-деятельности НКО
52. Кейсы GR-практики НКО.
53. Предпринимательские ассоциации как стейкхолдеры.
54. Стратегия и тактики GR-деятельности российских предпринимательских союзов.
55. Кейсы GR-практики представительских организаций бизнеса.

Questions for exam

1. The Concept Of Government Relations.
2. The place of GR in the system of communication management.
3. GR subjects and objects.
4. The main directions of GR-activity.
5. Models of functional representation.
6. Technologies of political representation of interests (littigation, grass-roots, propaganda).
7. Gr production functions (building relationships with authorities and stakeholders).
8. Supporting GR functions (consulting, expert support).
9. Typology Of Political Activity.
10. Professional qualities of a GR-specialist.
11. Compliance policy in modern GR: compliance problems.
12. Planning GR activities.
13. GR-strategy: essence and types.
14. Technologies for building relationships/forming relationships with authorities and stakeholders.
15. Lobbying as a form of GR-activity.
16. GR-communications: forms and types.
17. The role of the media in Media-relations.
18. Social-media as GR communication channels
19. Information GR: forms and types. Informational and Advisory support as a type of GR-activity.
20. Analytical support as a type of GR-activity.
21. Features of communication with state authorities (legislative, Executive) and local self-government.
22. Event-activities in the framework of GR. Media-relations and GR-activities.
23. GR image functions.
24. Lobbying as a direction of GR-communication: main characteristics.
25. Unconventional technologies of lobbying (astroturfing, corruption schemes).
26. The Anglo-Saxon model GR: the main characteristics.
27. Features of GR organization in the USA.
28. GR-activity of public organizations (advocacy groups) in the United States.
29. Features of the GR organization in Canada. Institute of lobbying in Canada.
30. European GR model: main characteristics.
31. Features of compliance policy for GR activities in the EU
32. Features of the organization and implementation of GR-activities in Russia.
33. Information GR in Russian conditions.

34. Features of GR-communication in the implementation of PPP projects.
35. Specifics of GR production functions in Russia ("budget" lobbying, state orders).
36. The peculiarities of the out-house GR activities.
37. Specific nature of project activities outhouse GR.
38. "Pros" and "cons" of out-house GR-activity.
39. The main subjects (consulting companies) of out-house GR-activity.
40. Outsourcing GR technologies. Legislative (norm-creating) outsourcing.
41. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities of consulting companies.
42. Cases of out-house GR-activity.
43. GR in the system of corporate integrated communications of Russian companies. T
44. he main directions of GR-activity of Russian companies.
45. Strategy and tactics of GR-activity in the Russian corporate sector.
46. Forms and mechanisms of corporate GR-communication in Russian companies.
47. Anti-crisis approach: Russian practice.
48. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities: experience of Russian companies.
49. Corporate GR practice cases.
50. Non-profit organizations (NPOs) as stakeholders.
51. Strategy of GR-activity of NPOs.
52. Cases of GR-practice of NGOs.
53. Business associations as stakeholders.
54. Strategy and tactics of GR-activity of Russian business unions.
55. GR-practice cases of representative business organizations.

Задания к экзамену:

1. В чем состоит задача подготовки материалов для СМИ при GR проекте?
2. Опишите GR-кампании последнего времени (энергетика, торговая, автомобили и пр.)
3. Разработайте свой план GR кампании в выбранной вами области.
4. На конкретном примере покажите роль GR как эффективного средства управления репутацией (имиджем) компании и достижения поставленных ею целей
5. Каковы критерии успешности PR и GR-кампании

Tasks for exam:

1. What is the task of preparing media materials for this project?
2. Describe recent GR campaigns (energy, retail, automobiles, etc.)
3. Develop your own GR campaign plan in your chosen area.
4. Use a specific example to show the role of GR as an effective means of managing the company's reputation (image) and achieving its goals
5. What are the success criteria for a PR and GR campaign

Шкала оценивания.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но

	и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

4.4. Методические материалы

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамен проводится в форме ответа на вопросы и выполнения практических заданий, представленных в Разделе 4.3.2. Готовиться к экзамену необходимо последовательно, на протяжении всего периода изучения дисциплины.

Студенту необходимо внимательно изучить и осмыслить содержание вопросов к экзамену, отраженное в рекомендованных учебниках и других источниках (Интернет-ресурсы, научно-методические журналы и пр.). Структурировать теоретический материал, составить план его представления.

Ответ вопрос и решение практического задания важно излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче экзамена объявляется студентам и вносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку. Оценка «неудовлетворительно» проставляется в ведомости.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Тестирование обеспечивает контроль за знаниями обучающихся, способствует развитию умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы. Основными критериями оценки являются самостоятельность, правильность и скорость ответа на вопрос.

Методические указания по самостоятельной подготовке к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самоподготовки):

1. Законодательные основы GR-работы
2. GR в системе корпоративных интегрированных коммуникаций зарубежных компаний в России.
3. Стратегия и тактика GR-деятельности в зарубежных компаниях в России. Формы и механизмы корпоративной GR-коммуникации в зарубежных компаниях.
4. Антикризисный GR: практика зарубежных компаний в России.
5. GR-бенчмаркинг и оценка GR-деятельности: опыт зарубежных компаний
6. Имиджевые функции GR-деятельности: основные характеристики
7. Проектная деятельность в сфере социальной ответственности.

Questions for self-preparation (self-training):

1. Legal framework for GR-work
2. GR in the system of corporate integrated communications of foreign companies in Russia.
3. Strategy and tactics of GR-activity in foreign companies in Russia. Forms and mechanisms of corporate GR-communication in foreign companies.
4. Anti-crisis GR: practice of foreign companies in Russia.

5. GR-benchmarking and evaluation of GR-activities: experience of foreign companies
6. Image functions of GR-activity: main characteristics
7. Project activities in the field of social responsibility.

Методические указания по подготовке докладов:

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.

2. Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Методические рекомендации по написанию реферата:

Реферат является самостоятельной практической работой обучающихся. Он призван определить степень освоения студентом знаний и навыков, полученных им в процессе изучения дисциплины.

Текст работы должен быть написан в научном стиле. Оформление текста также должно быть выполнено грамотно. Следует избегать пустых пространств и, тем более, страниц. На все таблицы, рисунки и диаграммы делаются ссылки в тексте.

Работа выполняется в формате А4. Шрифт – TimesNewRoman. Основной текст работы набирается 14-м шрифтом через 1,5 интервала, выравнивание по ширине, межбуквенный интервал «Обычный», красная строка 1,25 см. Автоматически расставляются переносы. Поля: верхнее 2,0 см, нижнее 2,0 см, левое 3 см, правое 1 см. Промежутки между абзацами отсутствуют. Введение, главы, заключение, список литературы и приложения форматируются как заголовки первого уровня и начинаются каждый с новой страницы. Подразделы глав с новой страницы не начинаются.

Сноски делаются внизу страницы. Таблицы и рисунки нумеруются отдельно. Номер включает номер главы и номер рисунка/таблицы в данной главе.

Страницы работы должны быть пронумерованы. Нумерация начинается со страницы с оглавлением, на которой ставится цифра «2» и далее – по порядку. Окончание нумерации приходится на последний лист списка литературы. Номер ставится внизу страницы справа. На страницах с приложениями номера не ставятся, и в оглавление они не выносятся. В оглавлении указывается только номер первого листа первого приложения. Объем реферата 7-15 стр.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04540-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/bcode/450085>

6.2. Дополнительная литература

1. Коваленко С.П. Управление проектами [Электронный ресурс]: практическое пособие/ С.П. Коваленко— Электрон. текстовые данные.— Минск: ТетраСистемс, Тетралит, 2013.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/28269.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Лукманова И.Г. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ И.Г. Лукманова, А.Г. Королев, Е.В. Нежникова— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 172 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/20044.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Сооляттэ А.Ю. Управление проектами в компании. Методология, технологии, практика [Электронный ресурс]: учебник/ А.Ю. Сооляттэ— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 816 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/17050.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Фомина В.П., Алексеева С.Г. Теория управления (учебное пособие по направлению подготовки бакалавров: 38.03.04 – «Государственное и муниципальное управление») // Международный журнал экспериментального образования. 2015. № 12-1. С. 138-139. - ЭБС elibrary <http://elibrary.ru/item.asp?id=24390288>
5. Stephanie Lee Mudge and Antoine Vauchez Building Europe on a Weak Field: Law, Economics, and Scholarly Avatars in Transnational Politics // American Journal of Sociology. Vol. 118, No. 2 (September 2012), pp. 449-492 - ЭБС Jstor <http://www.jstor.org/stable/10.1086/666382>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Агапов, В. С. . Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры : сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств (ETS N 148) (Страсбург, 5 ноября 1992 года)
2. Модельный закон об основах региональной политики (Принят в г. Санкт-Петербурге 28.11.2014 Постановлением 41-8 на 41-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ)
3. Меморандум о взаимопонимании в области межрегионального и приграничного сотрудничества между Министерством регионального развития Российской Федерации и Государственным комитетом Китайской Народной Республики по развитию и реформам" (Подписан в г. Шанхае 20.05.2014)

4. Меморандум о взаимопонимании между Министерством регионального развития Российской Федерации и Министерством регионального развития и строительства Республики Молдова в области межрегионального сотрудничества" (Подписан в г. Москве 11.09.2012)
5. Решение Экономического совета СНГ "О проекте по подготовке региональных программ и проектных предложений по решению глобальных экологических проблем" (Принято в г. Москве 20.03.2012)
6. Меморандум о взаимопонимании по развитию морских магистралей в регионе государств-членов Черноморского экономического сотрудничества (Белград, 19 апреля 2007 года)
7. "Модельный закон об основах этнокультурного взаимодействия государств-участников СНГ" (Принят в г. Санкт-Петербурге 18.04.2014 Постановлением 40-13 на 40-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ)
8. Рекомендация N R (2005) 3 Комитета министров Совета Европы "О преподавании языков сопредельных государств в приграничных регионах" (Принята 02.02.2005 на 913-ом заседании представителей министров)
9. "Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Венгрии о содействии межрегиональному сотрудничеству" (Заключено в г. Будапеште 17.02.2015)
10. "Программа межрегионального и приграничного сотрудничества между Российской Федерацией и Республикой Казахстан на 2012 - 2017 годы" (Принята в г. Астрахани 15.09.2011)
11. "Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Литовской Республики о долгосрочном сотрудничестве Калининградской области Российской Федерации и регионов Литовской Республики" (Заключено в г. Москве 29.06.1999)
12. "Евросредиземноморское соглашение, учреждающее ассоциацию между Алжирской Народной Демократической Республикой, с одной Стороны, и Европейским сообществом и его государствами-членами, с другой Стороны" (Заключено в г. Валенсии 22.04.2002)

6.5. Интернет-ресурсы

1. BIBLIOPHIKA. Электронная библиотека ГПИБ России. Режим доступа: <http://www.bibliofika.ru/>
2. IQlib – электронно-библиотечная система. Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>
3. Lib.Ru: Библиотека Максима Мошкова. Режим доступа: <http://lib.ru/>
4. Базы данных ИНИОН. Режим доступа: <http://www.inion.ru/product/db.htm>
5. Библиотека образовательного портала «Экономика, социология, менеджмент». Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/>
6. Библиотека учебной и научной литературы русского гуманитарного интернет университета. Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/default.aspx>
7. Библиотека федерального портала «Российское образование». Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
8. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека. Режим доступа: <http://window.edu.ru/library>
9. Институт государства и права Российской Академии Наук – www.igpen.shpl.ru
10. Каталог Научной Библиотеки МГУ. Режим доступа: <http://search.nbmgu.ru/search/>
11. Лункин Р.Н. Российский протестантизм: евангельские христиане как новый социальный феномен//Режим доступа <http://www.sov-europe.ru/2014-3.htm>
12. Научная библиотека МГУ им. М.В.Ломоносова – www.nbmgu.ru

13. Научная библиотека Санкт-Петербургского государственного университета - www.lib.spb.ru
14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. Режим доступа: <http://www.elibrary.ru/>
15. Научная электронная библиотека ГПНТБ (каталог Государственной Публичной научно-технической библиотеки) России. Режим доступа: <http://ellib.gpntb.ru/>
16. Национальная электронная библиотека. Режим доступа: <http://www.rusneb.ru/>
17. Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина режим доступа: <http://www.prilib.ru/>
18. Сводный каталог электронных библиотек. Режим доступа: <http://www.lib.msu.ru/journal/Unilib/main.htm>
19. Университетская библиотека. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
20. Центральная библиотека образовательных ресурсов. Режим доступа: <http://www.edulib.ru/>
21. Цуркан А.А. Европа: исламский радикализм vs модернизация ислама//Режим доступа: <http://www.sov-europe.ru/2014-2.htm>
22. Экономический и социальный совет ООН (Язык сайта – английский). Режим доступа: <http://www.un.org/en/development/index.shtml>; Режим доступа: <http://www.un.org/en/ecosoc/>
23. Электронная библиотека "Научное наследие России». режим доступа: <http://nasledie.enip.ras.ru/index.html>
24. Электронная библиотека TWIRPX. Режим доступа: <http://www.twirpx.com/>
25. Электронная Библиотека ГУУ. Полнотекстовые зарубежные базы данных. Режим доступа: http://library.guu.ru/Full_text_foreign_database.html
26. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ). Режим доступа: <http://elibrary.rsl.ru/>
27. Электронный фонд Российской национальной библиотеки (РНБ). Режим доступа: <http://leb.nlr.ru/>, <http://www.nlr.ru:8101/poisk/index.html#1>

6.6. Иные источники

1. Бажанов, Е. П. Международные отношения в XXI веке - М.: Восток-Запад, 2011. – 464 с.
2. Горбовцов Г.Я. Управление проектом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Г.Я. Горбовцов— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2009.— 288 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/10885.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Матюшка В.М. Управление проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.М. Матюшка— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2010.— 556 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/11440.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Методические рекомендации по выполнению практических работ по курсу Управление проектами [Электронный ресурс]/ — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/12808.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Новиков Д.А. Управление проектами. Организационные механизмы [Электронный ресурс]/ Д.А. Новиков— Электрон. текстовые данные.— М.: ПМСОФТ, 2007.— 140 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/8489.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Цыганков П.А. Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации : учебное пособие : допущено УМО - М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. – 336 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSC 1607, Microsoft Office Professional 2016.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮПАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.