

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.05

Взаимодействие с органами власти

Учебный план: _____ ФГОС3++zm420401-1_26-13.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама и современные коммуникации в бизнесе

Уровень образования: _____
магистратура

Форма обучения: _____
заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	4	4	96	4	3	Зачет
	РПД	4	4	96	4	3	
Итого	УП	4	4	96	4	3	
	РПД	4	4	96	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: 1. Сформировать системное понимание управления рекламными проектами и коммуникациями в условиях цифровой трансформации рынка.

2. Развить навыки стратегического планирования рекламных кампаний на основе анализа потребительского поведения и бизнес-задач заказчика.

3. Обеспечить владение инструментарием оценки эффективности рекламных коммуникаций на всех этапах их реализации.

4. Научить применять правовые и этические нормы при разработке и размещении рекламных материалов.

5. Сформировать компетенции по управлению репутацией и брендом в современной медиасреде.

6. Развить способность к организации командной работы и взаимодействию со смежными подразделениями при создании коммуникационных продуктов.

7. Подготовить к самостоятельной разработке и защите комплексных коммуникационных решений для различных отраслей бизнеса.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Сформировать системное понимание механизмов воздействия рекламы на потребительское поведение в условиях цифровой экономики.

2. Развить навыки стратегического планирования коммуникационных кампаний на основе анализа больших данных и рыночных трендов.

3. Обеспечить владение инструментами управления рекламными бюджетами и оценки экономической эффективности медийных вложений.

4. Научить разрабатывать комплексные стратегии продвижения для бизнеса с учетом отраслевой специфики и стадий жизненного цикла продуктов.

5. Сформировать компетенции по управлению репутацией и кризисными коммуникациями в открытой информационной среде.

6. Развить способность внедрять инновационные форматы взаимодействия с аудиторией на основе поведенческой аналитики.

7. Обеспечить понимание правовых и этических норм регулирования рекламной деятельности при работе с персональными данными.

8. Подготовить к руководству проектами в области маркетинговых коммуникаций с применением современных управленческих методик.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

Знать: нормативно-правовые основы и регламенты взаимодействия бизнеса с органами государственной и муниципальной власти в РФ.

Уметь: анализировать повестку госорганов и разрабатывать адаптированные коммуникационные мероприятия для продвижения бизнес-интересов.

Владеть: навыками подготовки официальных обращений, презентаций и обоснований для участия в публичных слушаниях и совещательных органах власти.

ПК-3: Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

Знать: нормативно-правовые основы, регламенты и этические нормы взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления.

Уметь: выстраивать стратегию коммуникации с властными структурами, готовить и продвигать официальные запросы, обращения и документацию.

Владеть: технологиями ведения переговоров с чиновниками, методами мониторинга и оценки эффективности коммуникаций с государственными органами.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)
		Лек. (часы)	Пр. (часы)	
Раздел 1. Государство как субъект деловых коммуникаций	2			
Тема 1. Роль государства в экономике и бизнес-среде.		1		10
Тема 2. Нормативно-правовое поле взаимодействия.			1	10
Тема 3. Система каналов и форматов связи.		1		9
Раздел 2. Инструменты и практики эффективного взаимодействия				
Тема 4. Подготовка и продвижение отраслевых инициатив.			1	9
Тема 5. Коммуникационное сопровождение проектов с участием государства.		1		9
Тема 6. Взаимодействие в кризисных ситуациях.			1	9
Раздел 3. Стратегическое управление отношениями с органами власти				
Тема 7. Разработка корпоративной политики взаимодействия		1		9
Тема 8. Управление деловой репутацией в государственном секторе			1	9
Тема 9. Оценка эффективности взаимодействия				22
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	96
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25		96

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-2	Разработка проектов обращений и аналитических материалов для органов власти в рамках правового поля.
ПК-3	Обоснованность стратегии взаимодействия, качество аналитических материалов и проектов документов, результативность модели отношений с госорганами.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Посещаемость не менее 80 процентов аудиторных занятий. Своевременное выполнение и защита всех практических кейсов по анализу нормативных документов и деловых писем. Представление итогового портфолио с тремя проектами официальных запросов и ответов на них. Уверенное владение алгоритмами подготовки обращений в органы исполнительной власти. Точное знание сроков и регламентов рассмотрения запросов. Корректное применение профессиональной терминологии при разборе конкретной ситуации взаимодействия. Аргументированное обоснование выбора формы коммуникации в зависимости от уровня власти и типа вопроса.	
Не зачтено	Отсутствие базовых знаний – не может назвать ключевые органы власти и их функции. Непонимание процедур – путает порядок согласований, разрешений и проверок. Ошибки в кейсе – предложенный план действий противоречит законодательству или административному регламенту. Неверные ответы – более двух грубых фактических ошибок при устном опросе. Отказ от выполнения – студент не предоставил итоговое задание или не явился на собеседование без	

	уважительной причины.	
--	-----------------------	--

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 2	
1	Правовые основания деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в Российской Федерации.
2	Порядок официального обращения юридического лица в органы исполнительной власти.
3	Регламент рассмотрения обращений граждан и организаций государственными структурами.
4	Механизмы участия бизнес-сообщества в разработке нормативных правовых актов.
5	Инструменты общественного контроля за деятельностью органов власти.
6	Способы получения государственных услуг в сфере предпринимательской деятельности.
7	Организация взаимодействия с пресс-службами и управлениями по связям с общественностью при органах власти.
8	Этические нормы и правила поведения при ведении переговоров с представителями власти.
9	Процедуры согласования рекламных и информационных материалов с регулирующими ведомствами.
10	Антикоррупционные требования при взаимодействии с должностными лицами.
11	Порядок подготовки и проведения публичных слушаний по вопросам городского развития и благоустройства.
12	Ответственность за нарушения законодательства в сфере массовых коммуникаций и рекламы.
13	Анализ эффективности взаимодействия с властью на основе критериев открытости и оперативности.
14	Особенности взаимодействия с органами власти в условиях информационного кризиса.
15	Разработка стратегии коммуникации с органами власти для продвижения общественно значимых инициатив.

6.3.2 Типовые тестовые задания

1. Что представляет собой GR-менеджмент?

- А) Управление рекламными кампаниями в средствах массовой информации
 Б) Направление менеджмента по согласованию интересов организаций с органами государственной власти
 В) Организация внутренних коммуникаций в компании
 Г) Разработка маркетинговой стратегии продвижения товаров

Правильный ответ: Б

2. Как называется процесс влияния компании на разработку и принятие законодательства в своих интересах?

- А) Лоббизм
 Б) Маркетинг
 В) Фандрайзинг
 Г) Аутсорсинг

Правильный ответ: А

3. Кто является субъектами лоббистского воздействия?

- А) Только государственные служащие
 Б) Политические партии, корпорации, профсоюзы, предпринимательские союзы
 В) Только физические лица
 Г) Средства массовой информации

Правильный ответ: Б

4. Какова основная цель общественного контроля?

- А) Взаимодействие институтов гражданского общества с органами власти
 Б) Получение прибыли от деятельности организаций
 В) Сокращение численности государственных служащих
 Г) Увеличение налоговых сборов

Правильный ответ: А

5. Что из перечисленного не входит в понятие GR-менеджмента?

- А) Единство целей руководства организации и GR-менеджеров
- Б) Тише едешь, дальше будешь
- В) Публичный и открытый характер деятельности
- Г) Отсутствие коррупционных проявлений

Правильный ответ: Б

6. В каком документе впервые находит конституционное закрепление термин «взаимодействие» в контексте публичной власти?

- А) В Конституции Российской Федерации
- Б) В Федеральном законе «О местном самоуправлении»
- В) В постановлении Конституционного Суда Российской Федерации
- Г) В Гражданском кодексе Российской Федерации

Правильный ответ: В

7. Каковы основные признаки гражданского общества?

- А) Отсутствие социальных отношений и правовая незащищенность граждан
- Б) Развитые демократические процессы и готовность к самоорганизации
- В) Наличие образовательного уровня и отсутствие демократических процессов
- Г) Правовая незащищенность граждан и отсутствие самоорганизации

Правильный ответ: Б

8. Для чего необходима GR-стратегия компании?

- А) Для управления отношениями с общественностью и создания положительного имиджа
- Б) Для сокращения расходов на рекламу
- В) Для уменьшения штата сотрудников
- Г) Для изменения организационной структуры

Правильный ответ: А

9. Что входит в компетенции GR-специалиста при взаимодействии с органами власти?

- А) Только подготовка финансовой отчетности
- Б) Установление долгосрочных и взаимовыгодных отношений с органами власти на основе доверия и уважения
- В) Только проведение маркетинговых исследований
- Г) Разработка дизайна рекламной продукции

Правильный ответ: Б

10. Какая система создана для повышения эффективности подготовки и принятия решений между гражданским обществом и органами власти?

- А) «Открытое образование»
- Б) «Закрытое правительство»
- В) «Открытое правительство»
- Г) «Открытые системы»

Правильный ответ: В

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Анализ моделей взаимодействия государства и бизнеса

Изучите точки зрения экспертов в области экономики, политологии и социологии. Проведите сравнительный анализ существующих моделей взаимоотношений государства и бизнеса. Выделите модель, которая наиболее точно описывает текущую ситуацию в вашей отрасли, и обоснуйте свой выбор.

Задание 2. Разработка стратегии взаимодействия с органами власти

Для условной компании (на выбор: производственное предприятие, ИТ-компания, ритейлер) разработайте стратегию взаимодействия с органами государственной власти. Определите:

перечень ключевых государственных органов и должностных лиц, с которыми необходимо выстроить

отношения;

- цели и задачи взаимодействия;
- конкретные инструменты и каналы коммуникации;
- ожидаемые результаты и критерии эффективности.

Задание 3. Подготовка официального обращения

Составьте проект официального обращения (письма, запроса, предложения) в профильный орган государственной власти от имени коммерческой организации. Обращение должно содержать:

- четкую формулировку проблемы или предложения;
- нормативно-правовое обоснование;
- аргументированные доводы в пользу позиции компании;
- предлагаемые пути решения.

Задание 4. Управление регуляторными рисками

Проанализируйте проект нормативного правового акта, затрагивающего интересы бизнеса (например, в сфере рекламы, маркировки товаров, защиты персональных данных). Подготовьте экспертный комментарий с оценкой возможных рисков для компании и предложениями по корректировке документа. Разработайте план действий по минимизации негативных последствий для бизнеса.

Задание 5. Кейс: лоббирование отраслевых интересов

Изучите реальный пример успешного продвижения интересов бизнес-сообщества (например, внесение поправок в Налоговый кодекс, изменение отраслевых стандартов). Подготовьте анализ:

- какие субъекты участвовали в процессе;
- какие инструменты и методы лоббирования были использованы;
- как была организована коммуникация с органами власти и общественностью;
- какие уроки можно извлечь для вашей будущей профессиональной деятельности.

Задание 6. Разработка паспорта GR-функции компании

Разработайте паспорт функции по взаимодействию с органами власти для крупной компании. Документ должен включать:

- цели и задачи подразделения;
- функциональные обязанности сотрудников;
- ключевые показатели эффективности;
- порядок взаимодействия с другими подразделениями компании;
- регламент работы с государственными органами.

Задание 7. Ситуационная задача: антикризисный GR

Компания столкнулась с внезапным ужесточением регулирования в своей сфере деятельности. Разработайте оперативный план действий:

- определите круг заинтересованных сторон;
- сформулируйте позицию компании и аргументы для диалога с властью;
- предложите конкретные шаги по смягчению последствий для бизнеса;
- подготовьте коммуникационные материалы для взаимодействия с органами власти и общественностью.

Задание 8. Подготовка аналитической записки

На основе открытых данных (государственные программы, стратегии развития, нормативные документы) подготовьте аналитическую записку для руководства компании о перспективах получения государственной поддержки, участия в государственных программах или получения государственного заказа.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

ЗАЧЕТ

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/99362.html
Морозов О.А.	Взаимодействие с органами государственной власти	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2021	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20215225
Генералова, С. В.	Деловые коммуникации. Технология ведения деловых переговоров	Саратов: Вузовское образование	2020	http://www.iprbookshop.ru/97408.html
Еганян, А.	Инвестиции в инфраструктуру: Деньги, проекты, интересы. ГЧП, концессии, проектное финансирование	Москва: Альпина Паблицер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82963.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
О.А. Морозов	Продвижение интересов компании в органах государственной власти [Текст]: учебно- практическое пособие	М-во образования и науки РФ, ВШТЭ СПбГУПТД. – СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД	2017	http://www.nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/19.pdf
О.А. Морозов	Взаимодействие с органами государственной власти, или government relations [Текст]: учебное пособие	М-во образования и науки РФ, СПбГТУРП. – СПб.: СПбГТУРП	2015	http://www.nizrp.narod.ru/metod/kaffiniuch/11.pdf

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

КонсультантПлюс — <http://www.consultant.ru/>
 ГАРАНТ — <http://www.garant.ru/>
 Официальный интернет-портал правовой информации — <http://pravo.gov.ru/>
 Президент Российской Федерации — <http://kremlin.ru/>
 Правительство Российской Федерации — <http://government.ru/>
 Государственная Дума Федерального Собрания — <http://www.duma.gov.ru/>
 Конституционный Суд — <http://www.ksrf.ru/>
 Верховный Суд — <http://www.vsrp.ru/>
 Генеральная прокуратура — <http://www.genproc.gov.ru/>
 Федеральная налоговая служба — <https://nalog.gov.ru/>
 Министерство внутренних дел (открытые данные) — <https://мвд.рф/opendata>
 Центральный Банк России — <https://cbr.ru/>
 Федеральная служба государственной статистики — <https://rosstat.gov.ru/>
 Единый портал государственных и муниципальных услуг — <http://gosuslugi.ru/>
 Единая система нормативно-справочной информации — <https://nssi.gov.ru/>
 Единая межведомственная информационно-статистическая система — <https://www.fedstat.ru/>
 База данных показателей муниципальных образований — <https://www.gks.ru/dbscripts/munst/>
 Портал государственных закупок — <https://zakupki.gov.ru/>
 Портал открытых данных Российской Федерации — <https://data.gov.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows 8

Microsoft Office Professional 2013

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

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска