

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна



Тулупов В.В.
26.05.2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.02 Лоббизм

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2. Профиль подготовки/специализация: Реклама и связи общественностью в СМИ

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Дыкин Р.В., кандидат филологических наук

7. Рекомендована: протоколом НМС факультета журналистики №8 от 19.05.2022 г.

8. Учебный год: 2025/2026

Семестр(ы): 7

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цель изучения учебной дисциплины – дать целостное представление о лоббизме как институте политической системы, представляющем собой процесс по продвижению интересов частных лиц, корпоративных структур (а также представляющих их профессиональных лоббистских фирм и общественных организаций) в органах государственной власти с целью добиться принятия выгодных для них политических решений.

Комплексный характер предмета данной дисциплины предполагает решение следующих задач:

- 1) определение сущности и ключевых особенностей лоббизма;
- 2) рассмотрение разных теоретических подходов к лоббистской деятельности;

- 3) знакомство с дефиницией и типологией групп интересов;
- 4) подробный разбор основных субъектов и объектов лоббизма;
- 5) изучение технологий лоббистской деятельности.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Учебная дисциплина «Лоббизм» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) и входит в вариативную часть этого цикла (дисциплины по выбору обучающегося).

Лоббизм как политическое явление оказывает заметное влияние на общество и власть. С одной стороны, лоббизм обеспечивает репрезентацию интересов большинства «заинтересованных групп», предоставляя возможность быть услышанными в органах государственной власти даже совсем небольшим общественным объединениям, не обладающим значительными ресурсами и не имеющим других возможностей влиять на власть. С другой стороны, лоббизм обеспечивает органы власти информацией о тех или иных социальных проблемах, предоставляет экспертные оценки по разрабатываемым государственным проектам и оказывает помощь чиновникам и законодателям в процессе принятия общественно необходимых решений. Лоббизм в современной России становится феноменом и политического процесса, и социально-экономической жизни. Все это указывает на актуальность основной цели курса – знакомства студентов с ключевыми теоретическими понятиями и практическими технологиями лоббистской деятельности. Учебная дисциплина «Лоббизм» корреспондирует с курсами «Политология», «Управление общественным мнением и СМИ».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК – 3.3.	Осуществляет мониторинг обратной связи с различными целевыми группами	В результате обучения студент должен: знать специфику формирования целевых групп общественности и методы взаимодействия с ними, уметь выбирать наиболее эффективные методы взаимодействия с целевыми группами, владеть необходимыми навыками для выстраивания и поддержания долговременных благоприятных отношений с агентами лоббистской деятельности.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 3 ЗЕТ/ 108 ч. **Форма промежуточной аттестации** экзамен, контрольная

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		№ семестра	№ семестра	...
Аудиторные занятия	32	32		
в том числе: лекции	16	16		
практические	16	16		
лабораторные				
Самостоятельная работа	40	40		
<i>Контроль</i>	36	36		
Итого:	108	108		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Понятие лоббизма: исторический аспект, подходы и концепции	1. Проблема лоббизма в русской и западной научной литературе. 2. Лоббизм и GR: соотношение понятий. 3. Плюралистическая и корпоративистская теории представительства интересов
1.2	Группы интересов в политическом процессе	1. Понятие групп интересов 2. Типология групп интересов 3. Место и роль групп давления в политическом процессе
1.3	Субъекты и объекты лоббистской деятельности	1. Отраслевое лобби 2. Общественно-политический лоббизм 3. Лоббизм предпринимательских объединений и профсоюзов 4. Региональный лоббизм 5. Лоббизм государственных органов власти 6. Иностраный лоббизм 7. Лоббизм в Совете Федерации 8. Лоббизм в исполнительных органах власти
1.4	Технологии лоббистской деятельности	1. Классификация технологий лоббистской деятельности. «Теневые» формы лоббизма. Цивилизованные формы лоббизма 2. СМИ в лоббистской кампании
1.5	Проблема законодательного регулирования лоббизма	1. Зарубежный опыт законодательного регулирования лоббистской деятельности. Европейская и американская модели. 2. Проблема законодательного регулирования лоббизма в России. 3. Тенденции и перспективы лоббистской деятельности в РФ

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Контроль	Самостоятельная работа	Всего
1	Понятие лоббизма: исторический аспект, подходы и концепции	4	4	4	8	20
2	Группы интересов в политическом процессе	4	4	8	8	24
3	Субъекты и объекты лоббистской деятельности	4	4	8	8	24
4	Технологии лоббистской деятельности	2	2	8	8	20
5	Проблема законодательного регулирования лоббизма	2	2	8	8	20
	Итого:	16	16	36	40	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращая внимание на определения, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

В процессе подготовки к практическим занятиям требуется самостоятельно дорабатывать конспекты лекций, делая в них соответствующие записи по результатам изучения рекомендованной преподавателем литературы; отмечать положения, вызывающие вопросы, выделять главное.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа: организационный и аналитический. На первом – студент планирует свою самостоятельную работу, подбирая дополнительную литературу, практические примеры и факты из СМИ и других источников информации.

Второй этап включает повторение сведений, полученных в ходе лекционных занятий и аналитическую обработку дополнительной информации, а также выполнение практических заданий.

Практические задания в ходе изучения курса «Лоббизм» представляют собой описание реальных ситуаций, которые требуют коммуникационного разрешения методами рекламы и СО.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Костяев, С. С. Бюджетный лоббизм в США: от Дж. Буша – мл. к Б. Обаме : монография / С. С. Костяев. — Москва : Финансовый университет, 2017. — 288 с. — ISBN 978-5-7942-1394-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/151994 .

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2.	Стернин, И. А. Основы речевого воздействия : учебное пособие : [16+] / И. А. Стернин. – 3-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 289 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375253

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
1	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа http://biblioclub.ru/
2	ЭБС Лань. – Режим доступа http://e.lanbook.com/
3	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа http://lib.vsu.ru/
4	Словари и энциклопедии. – URL: http://dic.academic.ru/
5	Справочно-информационный портал «Русский язык». – URL: http://www.gramota.ru/
6	Энциклопедии и словари. – URL: http://enc-dic.com/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1.	<i>Толстых П. А. GR. Полное руководство по разработке государственно-управленческих решений, теории и практике лоббирования.</i> - Москва: Издательство "Перо", 2019. - 1246 с.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может

быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Оценочные средства
1.	Понятие лоббизма: исторический аспект, подходы и концепции	П.К. - 3.3	Тестовое задание
2.	Технологии лоббистской деятельности	П.К. - 3.3	Контрольная работа
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен			Перечень вопросов Практическое задание

19.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.2.1. Перечень вопросов к экзамену:

1. Определение лоббизма. Объект и субъект лоббирования. (С указанием примеров)
2. Соотношение понятий “Лоббизм” и “Government relations”.
3. Правовые особенности лоббистской деятельности за рубежом (США, Канада, ЕС и т.д.).
4. Правовые особенности лоббистской деятельности в России.
5. Плюралистическая и корпоративистская теории представительства интересов.
6. Теория политической ренты и лоббизм.

7. Роль групп давления/интересов в политическом процессе.
8. Что относится к результатам лоббистской деятельности.
9. Виды лоббистской деятельности по субъекту и по объекту.
10. Цивилизованные формы лоббирования.
11. Что такое законодательный лоббизм? (С указанием примеров)
12. Что такое депутатский запрос, какие возможности представляет для лоббиста?
13. Что такое "встроенный лоббист"?
14. Роль информации и СМИ в лоббистской кампании.
15. Механизмы публичного лоббирования
16. Прямой и косвенный лоббизм (с указанием примеров акторов и кампаний).
17. Коммерческий и некоммерческий лоббизм (с указанием примеров акторов и кампаний).
18. Классификация лоббизма по методу.
19. Субъекты лоббистской деятельности в различных отраслях на примере России.

Пример практического задания: в 2015 году группа предпринимателей города Воронежа поставила перед руководителями своих объединений - Воронежского регионального объединения предпринимателей «ОПОРа» и Торгово-промышленной палаты - задачу не допустить выполнения решения городских властей о сносе киосков на улицах областного центра, торгующих продуктами питания. Какие доводы должны привести лидеры «ОПОРа» и ТПП властям и общественному мнению в объяснение своей позиции и какие GR-акции осуществить для реализации поставленной предпринимателями цели?

19.2.2. Тестовые задания

Комплект заданий для тестирования

1. Лоббизм - это:

А — совокупность целенаправленных усилий по оказанию влияния на процесс принятия государственных решений в целях отстаивания групповых или индивидуальных интересов.

Б — создание и поддержание рабочих контактов с государственными органами, отстаивание интересов бизнеса в органах власти.

В — продвижение интересов не только через органы власти, но и через любые другие структуры.

2. Каким термином обозначаются взаимоотношения с государственными органами власти?

А — Public Affairs.

Б — Government Relations.

В - Public Relations.

3. Какие из перечисленных факторов способствовали появлению профессионального GR в России?

А — кризис политического PR в России.

Б — понижение зарплат госслужащих в 90-е гг.

В - приход в Россию международных лоббистских фирм.

4. Субъектом GR являются:

А — деловые союзы и ассоциации.

Б — крупные финансово-промышленные группы.

В — органы государственной власти.

5. Согласно самой распространенной классификации предметом лоббизма являются:

А — ресурс, проблема, товар.

Б — ресурс, проблема, позиция.

В — проблема, позиция, власть.

6. Группы интересов — это...

А — определенные механизмы в политической системе, посредством которых граждане и социальные группы выражают свои нужды и требования к органам власти.

Б — объединения индивидов на основе общих интересов, стремящихся оказать влияние на политические институты в целях принятия наиболее выгодных для себя решений.

В - объединения индивидов на основе общих интересов с целью их обсуждения и совместных действий.

7. Что такое "встроенный лоббист"?

А — сотрудник компании, отвечающий за лоббирование ее интересов в органах власти.

Б — парламентарий, который выступает "за" или "против" законопроектов, соответственно интересам определенных групп.

В — специалист по «непрямым» (косвенным) методам лоббирования.

8. Изобразите в виде графической схемы взаимосвязь между организацией, заинтересованной стороной и обществом.

9. Главное отличие GR от лоббизма (с точки зрения цели):

А — GR призван налаживать коммуникации и внутри самой компании между её подразделениями, проводить мониторинг деятельности органов власти и СМИ, осуществлять взаимодействие с профильными отраслевыми ассоциациями, принимать участие в организации мероприятий и работе консультативных советов при органах власти, предоставлять экспертную информацию.

Б — лоббизм призван добиться принятия политического решения, «решить вопрос» в профильном органе государственной власти. GR — выстроить комфортную, предсказуемую систему отношений с профильными для компании политическими структурами.

В — Различие - в характере вознаграждения: специалист по GR получает постоянную зарплату в компании, а лоббист работает за гонорар и возможный процент от сделки.

10. К какому виду лоббирования относится публикация опросов общественного мнения?

А — прямой лоббизм.

Б — косвенный лоббизм.

В — коалиционный лоббизм.

11. Механизмами публичного лоббирования являются:

А — спонсорство.

Б — забастовки.

В — угрозы и принуждения.

12. Существенным недостатком института лоббизма в России является (Или - Фактором, мешающим развитию цивилизованного института лоббизма в России, является):

А — коррупциогенность сферы государственного управления.

Б — отсутствие законодательного регулирования лоббистской деятельности и связанные с этим риски.

В — Уголовный кодекс РФ.

13. К непрямым методам, которые используют лоббисты для оказания давления на органы государственной власти, относятся:

А - использование поддержки избирателей;

Б - свое непосредственное участие в работе органов власти.

14. Какое из приведенных ниже положений соответствует функциональному определению лоббизма?

А - одна из функций политического лидерства.

Б - процесс влияния групп интересов на органы власти.

В - механизм легитимации власти.

15. Правовыми формами представительства интересов субъектов экономической деятельности в органах публичной власти являются:

А — коррупция.

Б — рейдерство.

В - участие в консультативных и совещательных органах.

Г - право на обращение.

16. Лоббистами могут быть признаны:

А - чиновники;

Б - некоммерческие организации;

В - коммерческие организации;

Г - союзы (ассоциации) некоммерческих организаций.

17. Результатом лоббистской деятельности является:

А - доведение информации до должностного лица.

Б - принятие публично-властного решения в интересах лоббиста и (или) клиента.

В — взятка.

Г - получение информации от органа власти.

18. К лоббистским технологиям относятся:

А - механизмы взаимодействия субъектов в законодательном процессе;

Б - рассылка экспертной информации чиновникам перед обсуждением решения;

В - использование лоббистом ораторских способностей;

Г - организация публикаций в СМИ «нужной» точки зрения.

Для проверки знаний даются

Ключи

1 А; 2 Б; 3 В; 4 А, Б; 5 Б; 6 Б; 7 Б; 8 графическая схема; 9 Б; 10 Б; 11 Б; 12 Б; 13 А; 14 Б; 15 В; 16 В; 17 Б; 18 Б, Г.

19.2.3. Перечень заданий для контрольных работ

Тема: Технологии лоббистской деятельности. Индивидуальное задание для оценки знаний

Создать презентационный материал и доклад, в котором на примере выбранной темы учащийся раскроет технологии лоббистской кампании в государственных органах власти Российской Федерации.

Материал должен отражать технологии лоббистской кампании в использовании формальных контактов (разработка проектов нормативно-правовых актов и организация их обсуждений, консультирование представителей власти и экспертиза принимаемых решений, предоставление информации, участие в работе органов государственной власти), неформальные контакты в лоббистской кампании (организация и проведение конференций, круглых столов, использование личных связей, организация неформальных встреч с представителями власти, участие в работе общественных объединений); форм мобилизации общественного мнения (использование массовых акций, организация массовых обращений к власти, судебных процессов, «слив» необходимой информации в СМИ и проч.), если они были использованы в рамках рассматриваемого примера; методы использования избирательных кампаний (личное участие в выборах, финансирование избирательных кампаний или выдвижение «своих» кандидатов).

Критерии оценки:

Работа «зачтена», если презентация, сопровождающаяся докладом, содержит перечисленные пункты и отвечает следующим требованиям: 1) тема раскрыта содержательно, то есть показана взаимосвязь между принятием нормативно-правовой базы и интересами лоббистских групп, технологии и механизмы их влияния на процесс принятия решений; 2) сохранена фактологическая правильность материала; 3) грамотность изложения материала, высокая культура речи.

Работа «не зачтена», если тематика не раскрыта и не отвечает ни одному из изложенных требований.

19.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины, осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы). Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования. Может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.