

**Специалисты и агентства на аутсорсинге, специализирующие на работе с определенными органами власти, реализующие функцию GR для организации на договорной основе, являются ... GR**

- базисными субъектами
- технологическими субъектами
- базисными объектами
- технологическими объектами

**Расположите должностные лица компании, реализующие GR-направление, в порядке возрастания объема их полномочий:**

1. сотрудник аналитического отдела GR-департамента
2. руководитель аналитического отдела GR-департамента
3. руководитель GR-департамента
4. начальник управления по внешним коммуникациям

**Лоббизм в США имеет статус ... деятельности, лоббистские организации платят налоги со своих доходов и подлежат регистрации при соответствующем органе власти**

- профессиональной

**Участие владельца бизнес-организации в муниципальных выборах, лоббирование законопроекта в региональном парламенте через лояльных для компании депутатов – это примеры стратегии ...**

- прямого участия бизнеса во власти
- политического участия бизнеса через поддержку политических акторов
- уклонение бизнеса от политического участия
- политического нейтралитета

**Органы власти и органы местного самоуправления, отдельные должностные лица в этих органах власти с точки зрения GR-менеджмента выступают ... GR коммуникации**

- объектом

**При опосредованной лоббистской деятельности формируются и поддерживаются группы ...**

- **давления**

**Основной инструмент для регулярного GR-мониторинга работы органов власти, заключающийся в составлении и регулярном обновлении списка стейкхолдеров компании или проекта и оценки степени влияния каждого, – это ... стейкхолдеров**

- **карта**

**Соотнесите характерные черты лоббизма с регионом:**

**A.** Нелегализованный лоббизм, который фактически сводится к взаимодействию финансово-промышленных групп с органами исполнительной власти

**B.** Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к консультированию должностных лиц по тем или иным вопросам

**C.** Регистрация лоббистов обязательная, преимущественно лоббирование сводится к поддержке кандидатов от той или иной партии в обмен на выполнение требований групп интересов

**D.** Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к взаимодействию лоббистов с правительственными структурами и, отчасти, с нижней палатой парламента

**E.** Россия

**F.** Европейский союз

**G.** США

**H.** Великобритания

**A – E**

**B – F**

**C – G**

**D – H**

**Расположите GR-технологии в порядке расширения круга лиц, вовлекаемых в реализацию технологии:**

1. неформальная встреча сенатора и владельца бизнеса
2. официальная переписка с органом власти
3. участие компании в бизнес-ассоциациях
4. проведение масштабной медиакампании в поддержку изменения законодательства

**Расположите понятия в порядке расширения объема функций, входящих в соответствующий вид деятельности (от самого широкого до самого узкого):**

1. PA (Public Affairs)
2. GR (Government Relations)
3. лоббизм
4. переговоры

**Соотнесите типы организованных интересов с примерами групп интересов:**

- A. Экономические интересы
- B. Социальные интересы
- C. Общественно-политические интересы
- D. Духовно-нравственные интересы
- E. профсоюз
- F. клуб анонимных алкоголиков
- G. правозащитная организация
- H. церковь

A – E

B – F

C – G

D – H

**Методологический подход, который рассматривает GR и лоббизм как совокупность правовых норм (правовой институт), регулирующих воздействие граждан, организаций на органы государственной власти и местного самоуправления в целях достижения своих целей через влияние на принятие решений, называется ...**

- государственно-управленческим
- экономическим
- политологическим
- **юридическим**
- социально-психологическим
- институциональным

**Направление менеджмента, целью которого является согласование интересов организаций с интересами органов государственной власти различного уровня для снижения рисков и обеспечения устойчивого развития, –...**

- **Government Relations**

**Установите хронологическую последовательность возникновения теорий лоббизма:**

1. плюрализм
2. корпоративизм
3. неокорпоративизм

**В числе ключевых задач GR-менеджмента – снижение рисков, источником которых являются органы власти, и получение ... от взаимодействия с ними**

- **ВЫГОД**

**Лоббизм – это технология преодоления противоречий между актуальной потребностью в представительстве ... интереса и отсутствием легитимного механизма его учета**

- **корпоративного**

**К группам интересов в общественно-политической сфере относится ...**

- **движение в защиту окружающей среды**
- профсоюз
- религиозная община
- ассоциация предпринимателей

**Установите соответствие между подходами к GR и практикой управления:**

**A.** Политологический подход

**B.** Юридический подход

**C.** Экономический подход

**D.** организация митинга в соответствии с требованиями закона

**E.** подача жалобы на действия чиновника в вышестоящую инстанцию

**F.** финансирование избирательной кампании

**G.** направление обращения в уполномоченный орган власти

**H.** получение государственной субсидии

**A – D**

**B – E, G**

**C – F, H**

**... – это субъект лоббирования, главным образом ориентированный на то, чтобы привлечь внимание общественности и сформировать определенное общественное мнение**

- Ассоциация крупных предпринимателей
- **Профессиональная лоббистская фирма**
- Общественно-политическое движение
- Финансово-промышленная группа

**Физические либо юридические лица, которые зависят от организации или имеют влияние на эту организацию называются ...**

- **стейкхолдерами**

**Принцип профессиональной этики лоббистов, предполагающий обязанность сообщать информацию полно и точно, своевременно и без искажений уведомляя о возможных изменениях ситуации, быть открытым в отношении с клиентом, – это принцип ...**

- законопослушности
- клиентоориентированности
- профессионализма
- **честности**

**Установите соответствие между ключевыми методологическими подходами к изучению лоббизма и их характеристиками:**

**A.** Институциональный подход

**B.** Инструментальный подход

**C.** Корпоративистский подход

**D.** Плюралистический подход

**E.** лоббизм – это средство поддержания равновесия в обществе в реализации права каждого гражданина участвовать в управлении делами государства

**F.** лоббизм – это набор методов влияния на процесс выработки государственных решений

**G.** лоббизм – это деятельность, в ходе которой лишь наиболее влиятельные группы имеют реальные рычаги влияния на процесс принятия государственных решений

**H.** все лоббисты являются полноправными участниками системы выработки и принятия государственных решений

**A – E**

**B – F**

**C – G**

**D – H**

**Стратегия использования средств массовой информации в GR-проекте, основанная на широком применении исследовательских методов для определения востребованной информации, прогнозирования и формирования реакции общественности в интересах компании, – это ... стратегия**

- **двухсторонняя асимметричная**

**Установите хронологическую последовательность принятия законодательства о лоббизме в разных странах:**

1. Великобритания
2. США
3. Литва
4. Польша
5. Австрия

**Мировой фондовый индекс Доу-Джонса по устойчивому развитию (Dow Jones Sustainability Index, DJSI) присваивается компаниям на основе отчетов, подготовленных в соответствии с таким международным стандартом, как ...**

- Международный стандарт социальной ответственности (ISO 26000)
- Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS)
- Стандарт учета в области устойчивого развития (SASB)
- **Глобальная инициатива по отчетности (GRI)**

**Согласно принятому в 1995 г. определению, данному Lobbying Disclosure Act, лоббистом считается человек, который получил за свои услуги от своих клиентов не менее ... в течение шести месяцев**

- 2 тыс. долл.
- **5 тыс. долл.**
- 10 тыс. долл.
- 15 тыс. долл.

**В качестве ключевого метода воздействия на объект лоббирования в условиях демократической политической системы используется ...**

- **информирование**

**Фамилия автора концепции взаимодействия, согласно которой люди вступают во взаимодействие на основе ожиданий взаимовыгодного обмена, – ...**

- **Хоманс**

**Соотнесите типы и примеры этического контроля:**

- А.** Внешний контроль
- В.** Внутренний контроль
- С.** механизм отчетности служащих
- Д.** этические кодексы
- Е.** личный пример руководителя
- Ф.** этические ценности и убеждения

**А – С, Д**

**В – Е, Ф**

**... гражданского служащего – это возможность получения им при исполнении должностных обязанностей доходов (неосновательного обогащения) в денежной либо натуральной форме, доходов в виде материальной выгоды непосредственно для гражданского служащего, членов его семьи, близких родственников и т.п.**

- **Личная заинтересованность**

**Необходимость принятия законодательства о лоббизме в современной России содержится в программе большинства политических ... праволиберальной идеологии**

- **партий**



**Судебные тяжбы, организация пикетов, митингов и прочих акций социального протеста, публичная негативная критика действующей власти, применение grassroots – все это примеры ... технологий GR-менеджмента**

- агрессивных
- консервативных
- конструктивных
- консолидированных

**Регистрация при Еврокомиссии дает европейскому лоббисту право ...**

- напрямую требовать принятия того или иного решения органами Евросоюза
- входить в состав экспертных групп
- быть принятым председателем Еврокомиссии вне очереди
- заниматься лоббистской деятельностью как таковой

**Соотнесите техники в рамках технологии grassroots (формирование общественного мнения) и соответствующие виды деятельности:**

A. Событийные техники

B. Документальные техники

C. Не относится к grassroots

D. массовое направление жалоб в госорганы

E. составление петиций

F. организация уличных флешмобов

G. финансирование общественных движений

H. массовые рассылки в социальных сетях

I. мониторинг открытых данных

A – F

B – D, E, H

C – G, I

**Представительная власть в современной России по-прежнему весьма ограничена в полномочиях, возможности ее контроля над исполнительной властью в основном сводятся к процедуре формирования бюджета, что делает парламент России не столь привлекательным местом для ... деятельности**

- **лоббистской**

**Сущность GR-менеджмента заключается в управлении коммуникациями ... организации с органами государственной власти и местного самоуправления в контексте интересов бизнеса, общества и государства**

- **негосударственной**

**Взаимодействия и взаимосвязи между людьми и организациями, основанные на информационном обмене в целях достижения определенных целей участвующих в этом обмене лиц и организаций, – это ...**

- трансляция
- лоббирование
- воздействие
- **коммуникация**

**Методологический подход, который рассматривает лоббизм и GR как один из параметров артикуляции интересов разных групп и принятия решений в рамках процесса разработки государственной политики, называется ...**

- **государственно-управленческим**
- экономическим
- политологическим
- юридическим
- социально-психологическим
- институциональным

**Методологический подход, который рассматривает GR и лоббизм как совокупность правовых норм (правовой институт), регулирующих воздействие граждан, организаций на органы государственной власти и местного самоуправления в целях достижения своих целей через влияние на принятие решений, называется ...**

- **юридическим**

**Установите соответствия между типами технологий и конкретными примерами технологий GR-менеджмента:**

**A.** Агрессивные технологии

**B.** Конструктивные технологии

**C.** Консервативные технологии

**D.** организации массового протеста по законопроекту

**E.** включение сотрудника компании в экспертный совет при профильном министерстве

**F.** применение grassroots-технологий

**G.** подготовка аналитической записки для органа власти

**H.** участие в бизнес-ассоциациях

**I.** мониторинг открытых данных

**A – D, F**

**B – E, G**

**C – H, I**

**К функциям групп интересов относится ... интересов**

- продвижение
- ротация
- **определение**
- реализация

**Органы власти, которые имеют цель получить от бизнеса какой-то результат (например, чтобы бизнес исправно платил налоги), а также те, которые способны парализовать деятельность компании, называются ...**

- акторами
- **стейкхолдерами**
- субъектами GR
- объектами GR

**К формам поддержки, оказываемой лоббистами по отношению к ... объединениям в США, относятся: сбор информации о ситуации, сложившейся в законодательных органах власти; выработка рекомендаций стратегии и тактики работы с ними; проведение рекламных и пропагандистских кампаний**

- **общественным**

**Расположите стратегии использования средств массовой информации в GR-проекте в порядке возрастания симметричности и снижения манипулятивности информационного обмена:**

1. стратегия пропаганды
2. журналистская стратегия
3. диалоговая ассиметричная стратегия
4. партнерская стратегия

**К методам лоббирования относится ...**

- анализ конкурентной среды клиента
- свободная торговля информацией
- прямой подкуп должностного лица
- **организация финансирования избирательных кампаний**

**Реализация технологии grassroots (формирование общественного мнения) возможна только при охвате ... общественности**

- **массовой**

**Чаще всего профессиональными лоббистами становятся ...**

- бывшие государственные служащие
- специалисты по политической рекламе и пиару
- профессиональные политологи
- топ-менеджеры крупных корпораций

**Соотнесите с типы регулирования общественных отношений и их характерные черты:**

**А.** Религиозно-нормативное регулирование

**В.** Правовое регулирование

**С.** Этическое регулирование

**Д.** соблюдение либо несоблюдение норм – вопрос веры в существование предписавшего их субъекта

**Е.** нормы обеспечены принудительной силой государства

**Ф.** нормы носят, как правило, неписаный характер

**А – Д**

**В – Е**

**С – Ф**

**Методологический подход, который рассматривает лоббизм как общественный институт современного демократического общества, называется ...**

- государственно-управленческим
- экономическим
- политологическим
- юридическим
- социально-психологическим
- институциональным

**Совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств, реализующая функции повседневного сбора, обработки и распространения сообщений массовой аудитории, – это ...**

- средства массовой информации
- пресса
- Интернет
- информационное агентство

**Установление этических норм и принципов взаимодействия с органами власти, долгосрочное целеполагание, анализ государственной стратегии на долгосрочную перспективу, допустимость/недопустимость политической активности организации – все это относится к ... технологиям GR-менеджмента**

- стратегическим

**Деятельность лоббистов в поддержку политических партий заключается в осуществлении связи с местными комитетами политических партий с целью...**

- оказания влияния на общественное мнение
- увязки предвыборных программ с требованиями групп интересов
- использования ресурсов партий в парламенте
- оказания влияния на принятие партийных решений

**Форма массового сознания, в которой проявляется отношение различных групп людей к событиям и процессам реальной жизни, которая выражается публично и оказывает влияние на функционирование общества и его политической системы, – это ...**

- общественная поддержка
- массовая идеология
- общественное мнение
- политическое участие

**К механизмам внешнего контроля за соблюдением требований по недопущению конфликта интересов относится этический ... гражданского служащего**

- кодекс

**Технологии GR-менеджмента, обеспечивающие приоритет безопасности, минимизации рисков от взаимодействия с органами власти, имеющие реактивный характер взаимодействия, являются ... технологиями**

- консервативными

**Распределенное влияние на органы власти и общественность через информирование и освещение проблем в средствах массовой информации (СМИ) формирует функцию ... информации для целей GR**

- распределения

**Лоббисты и лоббистские фирмы в США и Евросоюзе обязаны регистрироваться в ...**

- министерстве юстиции своей страны
- федеральных органах государственной власти своей страны
- верховном суде своей страны
- том органе власти, при котором они действуют

**Организация, созданная для защиты интересов и оказания давления на органы государственной власти с целью добиться от них принятия решений, соответствующих ее интересам, – это ...**

- группа интересов
- политическая партия
- общественно-политическая организация
- группа давления

**В СССР именно через ... группировки происходила артикуляция региональных интересов, включая подбор кадров и распределение ресурсов**

- земляческие

**По форме лоббирование может быть ...**

- активным или пассивным
- плюралистическим или корпоративным
- эмоциональным или рациональным
- разовым или постоянным

**Определение феномена группы давления включает в себя ... интересов**

- представительство
- формулирование
- артикуляцию
- защиту

**К группам интересов в сфере религии, науки и культуры относятся ...**

- профсоюзы
- спортивные общества
- секты
- правозащитные организации

**Предоставление помещения компании кандидатам в депутаты для встреч с избирателями, финансирование компании по сбору подписей в поддержку законопроекта – это примеры стратегии ...**

- прямого участия бизнеса во власти
- политического участия бизнеса через поддержку политических акторов
- уклонение бизнеса от политического участия
- политического нейтралитета



**Принцип служения ... воспринимается лоббистами неотрывно от принципа служения профессии, поскольку прозрачность деятельности и добросовестное выполнение своих обязанностей лоббистом должны приводить к пониманию обществом роли лоббизма как одного из институтов демократии**

- **обществу**

**Соотнесите типы активности с примерами из практики взаимодействия с журналистами для целей GR:**

- A. Событийны тип
- B. Системный тип
- C. Не относится к GR
- D. организация пресс-пула
- E. поддержка контактов с журналистами
- F. проведение брифинга
- G. приглашение журналистов на открытие объекта
- H. ведение корпоративного блога
- I. размещение в газете рекламы нового продукта

**A – D, F G**

**B – E, H**

**C – I**

**Воздействие на органы власти через экспертные сообщества, бизнес-ассоциации, иные объединения независимых хозяйствующих субъектов, называются технологиями ... влияния**

- агрессивного
- консервативного
- конструктивного
- **консолидированного**

**Опишите порядок действий представителя нанимателя при получении от третьих лиц информации о наличии конфликта интересов у гражданского служащего:**

1. получение письменных объяснений от гражданского служащего или составление акта об отказе гражданского служащего давать объяснения
2. назначение служебной проверки
3. отстранение гражданского служащего от исполнения обязанностей
4. созыв комиссии по служебным спорам, служебной этике и урегулированию конфликта интересов
5. принятие решения о доверии к гражданскому служащему

**К механизмам внутреннего контроля за соблюдением требований по недопущению конфликта интересов относятся этические ... гражданского служащего**

- **ценности**

**Субъекты GR, имеющие своей основной целью приращение экономической прибыли за счет повышения качества коммуникаций с органами власти, являются ... субъектами**

- **коммерческими**

**В 2000 г. лоббистской деятельностью занимались 129 бывших ...**

- партийных функционеров
- предпринимателей
- **членов конгресса США**
- профсоюзных активистов

**Стратегия использования средств массовой информации (СМИ) в GR-проекте, основанная на регулярной работе со СМИ с учетом интересов СМИ через построение доверительного и доброжелательного взаимодействия по вопросам обмена и предоставления информации, – это ... стратегия**

- **информационная**

**Соотнесите тип подхода к пониманию коррупции и его содержание:**

**А.** Моральная сущность коррупции

**В.** Функциональная сущность коррупции

**С.** Экономическая сущность коррупции

**Д.** коррупция рассматривается как отклонение от моральных норм и стандартов, принятых в обществе; в центре находится человек, несущий моральную ответственность за свои поступки и поведение

**Е.** связанная с характером государственной системы и особенностями экономических отношений в обществе

**Ф.** коррупция рассматривается как форма недобросовестного экономического поведения, использования доступа к властным ресурсам для достижения экономических целей

**А – Д**

**В – Е**

**С – Ф**

**Расположите стратегии использования средств массовой информации в GR-проекте в порядке возрастания степени манипулятивности информационного воздействия на аудиторию:**

1. двухсторонняя симметричная стратегия
2. двухсторонняя ассиметричная стратегия
3. информационная стратегия
4. стратегия публицити

**В условиях демократического государства приоритетной ценностью легального лоббизма является ...**

- **стремление к общественному благу**
- недопущение конфликта интересов
- обеспечение государственных интересов
- гуманизм

Российское законодательство понимает конфликт интересов исключительно в узком смысле – как противоречие между ... и должностными обязанностями.

- интересами

Политический смысл лоббизма заключается в том, что лоббизм дополняет систему ... представительства, позволяя участвовать в принятии и реализации политических решений тем группам, которые не имеют другой такой возможности

- парламентского

Лица и организации, которые предпринимают целенаправленные действия по установлению и поддержанию связей с органами власти, являются ... GR

- субъектами

Обобщение и формулирования основных интересов необходимо для того, чтобы объединение могло влиять на ... процесс, также обобщение и формулировка интересов чрезвычайно важны для государства

- политический

Взаимодействие с органами власти, осуществляемое компанией через посредника или с помощью различных ... коммуникации (таких как средства массовой информации, реклама) и технических средств, является по характеру опосредованным

- средств

Органы власти, которые имеют цель получить от бизнеса какой-то результат (например, чтобы бизнес исправно платил налоги), а также те, которые способны парализовать деятельность компании, называются ...

- стейкхолдерами

Специалист в сфере лоббизма и Government Relations должен иметь четкое представление не только о формальных правилах функционирования государственных структур, но и об особенностях профессиональной этики своих главных контрагентов – ...

- государственных и муниципальных служащих

В соответствии с ... подходом государство наделяет определенную группу монопольным правом на представительство конкретных интересов в политическом процессе

- корпоративным

Технология поддержки нерыночных отношений и связей организации с различными нефинансовыми стейкхолдерами, обязательства организации в рамках принятой политики решения социальных проблем своего персонала, местного населения и общества в целом – это ...

- ассиметричная двусторонняя коммуникация
- корпоративная социальная ответственность
- маркетинговая политика
- формирование общественной поддержки

Найдите соответствие между типами субъектов GR и экономическими акторами:

A. Базисные субъекты

B. Технологические субъекты

C. учредитель некоммерческой организации

D. учредитель GR-агентства

E. независимый лоббист

F. GR-менеджер отраслевого союза предпринимателей

G. GR-менеджер строительной кампании

A – C, D

B – E, F, G

**Установите иерархическую последовательность элементов цепочки лоббистских отношений (от заказчика к лицу, предоставляющему конкретный результат)**

1. группа интересов
2. лоббистская фирма
3. эксперт-консультант
4. политик

**Ситуация, при которой член избирательной комиссии имеет возможность повлиять на результаты голосования в избирательном округе в пользу партии власти, характеризует конфликт между ...**

- целями и средствами их достижения
- лояльностью государственному органу и индивидуальной ответственностью
- **личной заинтересованностью и должностными обязанностями**
- политическими задачами и служебным долгом

**К внешнему контролю за соблюдением профессионально-этических норм следует отнести:**

- профессионально-этические ценности
- личные ценности и убеждения
- **регулярная отчетность лоббистов**
- этические аспекты принятия решений

**Добровольное, некоммерческое объединение (организация) предприятий (компаний) в одном регионе, отрасли или масштабу бизнеса, созданная для достижения их общих целей, называется ...**

- **бизнес-ассоциацией**

**Представители ... направления в исследовании лоббизма предполагали в выдвигаемых ими концепциях независимость групп от государства и свободную конкуренцию лоббистов между собой**

- **плюралистического**

**Совокупность сведений, данных, которая передается, получается, обменивается или удерживается от передачи между людьми в процессе коммуникации, существует в виде документов, рисунков, текстов, сигналов и импульсов, – это ...**

- **информация**
- фактология
- сообщение
- КОНТЕНТ

**При существующей в Великобритании организации власти ... контроль над правительством не является достаточно эффективным, однако политические традиции не позволяют развиваться злоупотреблениям, которые могли бы возникнуть при данной организации власти в контексте иной политической культуры**

- **парламентский**

**Раздел теории менеджмента, который рассматривает принципы и методы установления и оптимизации связей организации с органами государственной власти и управления в соответствии с ее прагматическими целями, – это ...**

- **GR (Government Relations)**
- лоббизм
- PR (Public Relations)
- PA (Public Affairs)
- дипломатия

**... – это добровольное некоммерческое объединение (организация) предприятий (компаний) одной отрасли, созданная для достижения их общих целей**

- Консалтинговая компания
- Политическая партия
- **Отраслевое объединение**
- Бизнес-клуб

**Часть внешней среды организации, которая включает в себя коммуникации с органами власти и управления, сами эти органы власти и протекающие в них процессы разработки и принятия решений, является ... GR**

- **объектом**

**Соотнесите типы медиастратегии с их характеристиками:**

**A.** Рациональная медиастратегия

**B.** Авторитетная медиастратегия

**C.** Эмоциональная медиастратегия

**D.** апелляция к мнению известного человека

**E.** опора на научные исследования и приведение расчетов

**F.** публикация вызывает страх или гнев

**G.** яркая эмоциональная окраска публикации

**H.** выстраивается в системе моральных координат и ценностей

**I.** используется для высокообразованной аудитории

**A – E, I**

**B – D, H**

**C – F, G**

**Конфликт интересов – это ситуация, при которой ...**

- имеет место несовпадение точек зрения работника и его руководителя по поводу выполнения должностных обязанностей
- имеет место личная неприязнь между работником и его руководителем, подчиненным, коллегой
- **личная заинтересованность лица влияет или может повлиять на выполнение или невыполнение им своих должностных обязанностей**
- должностное лицо не заинтересовано в эффективной и результативной работе своего государственного органа



**Организационный метод мобилизации капитала со стороны заинтересованных лиц для проведения предвыборной кампании кандидата на публичную должность или политической партии называется ...**

- **Bundling**
- Government Relations
- Lobbying
- Corruption

## **КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ТЕСТ**

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика». Вспомните, какие виды лоббизма по форме деятельности вы знаете. Ответьте на вопрос, в чем заключается принципиальное отличие непосредственного лоббизма от опосредованного?**

- Непосредственный лоббизм чаще всего сводится к прямому подкупу лица, принимающего решения, – следовательно, он более криминален. Опосредованный лоббизм, в отличие от непосредственного, опирается на демократические механизмы представительства интересов.
- При непосредственном лоббизме воздействие оказывается на исполнительную власть, а при опосредованном – на законодательную. Следовательно, в первом случае ключевой фактор успеха – выход на лицо, принимающее конкретные административно-управленческие решения, и способность склонить это лицо к сотрудничеству, а во втором – важнее уровень влияния не самого лоббиста, а его контрагентов в парламенте.
- **При непосредственной лоббистской деятельности субъект лоббизма сам является организатором и исполнителем всего процесса лоббирования. При опосредованной лоббирование осуществляется через формируемые и поощряемые группы давления. В первом случае гораздо большую роль в успехе играют личные связи лоббиста, во втором – его способность организовать информационную кампанию, привлечь нужных людей к процессу давления на лицо, принимающее решения.**

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика», касающиеся современной ситуации с лоббизмом в европейских странах. Ответьте на вопрос, в чем заключаются особенности современного европейского лоббизма?**

- Лоббистская деятельность в Европейском союзе (ЕС) ориентирована главным образом на организацию поддержки той или иной политической партии, а также на увязку программ избирательных объединений с требованиями групп интересов, финансово-промышленных групп и госкорпораций. Статус лоббистов во всех государствах ЕС унифицирован, национальное законодательство синхронизировано с рекомендациями Еврокомиссии.
- Лоббизм в ЕС не имеет официального правового статуса ни на общеевропейском, ни на национальном уровне. Фактически основными субъектами лоббизма выступают финансово-промышленные группы и ассоциации крупного бизнеса, а также отдельные бывшие евродепутаты. Сохраняется высокий уровень коррупции.
- **Европейский лоббизм нацелен в первую очередь не на поддержку той или иной политической партии и увязку их программ с требованиями групп интересов, а на консультирование не избираемых должностных лиц органов Евросоюза (Европарламент и Еврокомиссия). Законодательство о лоббизме принято не во всех государствах – членах ЕС, существуют также различия в режиме регистрации лоббистов и контроле за их деятельностью.**

**В городе, где работает завод вашей компании, идут выборы мэра. Кандидат – основной претендент на победу, действующий мэр – в своей избирательной кампании обещает местным жителям закрыть ваш завод по экологическим причинам и настраивает жителей против вашей компании. Ваша компания принимает активные меры по сокращению выбросов, проводит реконструкцию производства и уже есть первые подтвержденные результаты по сокращению выбросов с вашего завода. Выбросы находятся в пределах экологических норм, но вы представитель ответственного бизнеса и стремитесь их еще сильнее минимизировать. Кандидат идет с вами на контакт, обещает изменить программу и отказаться от лоббирования закрытия завода, но требует вашей финансовой и организационной поддержки на выборах. Какие GR-технологии вы порекомендуете для решения этой ситуации?**

- Основной технологией должно стать формирование общественного мнения в пользу вашего завода (grassroots): проведение уличного анкетирования, составление петиций, сбор подписей, массовое направление писем в местную администрацию и региональные органы власти. Большое место должно иметь распространение позитивной информации (о реальных выбросах и трудовых местах) и позиции компании через социальные сети.
- Основной технологией должна стать правовая защита репутации компании (подача жалоб в вышестоящие инстанции и/или в суд, в прокуратуру). Также рекомендуется обратиться с жалобой в вышестоящие подразделения политической партии, членом которой является этот кандидат, а также в избирательную комиссию, распространять в средствах массовой информации информацию о незаконных требованиях кандидата.
- Рекомендуется действовать очень осторожно: давать опровержения, если информация, распространяемая кандидатом о заводе, является ложной. В случае оправданной критики необходимо принять меры по исправлению ситуации в компании. В информационном пространстве ничего менять не надо: лучше продолжать действовать по своим планам в рамках утвержденной долгосрочной медиастратегии

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика», касающиеся вопроса этического регулирования GR и лоббизма. Оцените роль профессионального сообщества в этическом регулировании GR и лоббизма.**

- Профессиональное сообщество практически лишено возможности влиять на те или иные действия лоббистов; ассоциации лоббистов и GR-менеджеров фактически выполняют роль негласного реестра соответствующих организаций.
- Профессиональное сообщество осуществляет лицензирование лоббистских организаций, а также их регистрацию в реестрах при органах государственной власти. Также ассоциации профессионального сообщества по запросу органов власти дают официальное заключение о степени этичности поведения лоббиста (GR-специалиста) в каждой конкретной ситуации.

- Профессиональное сообщество вырабатывает этические нормы и стандарты поведения лоббистов и дает оценку конкретным действиям того или иного лоббиста с точки зрения их этичности.

Ваша задача – провести первичный анализ GR-потребностей в коммерческой компании (производство лакокрасочных материалов) и дать описание рейтинга стейкхолдеров для целей разработки GR-стратегии. Установите последовательность, которая описывает необходимые аналитические процедуры (исходя из того, что все необходимые данные есть в компании).

- Собрать информацию обо всех подразделениях компании о тех органах власти, с которыми они вступают во взаимодействие; составить список органов власти, которые могут оказывать влияние на бизнес; зафиксировать, на что именно может повлиять каждый выделенный субъект власти, какие важные для вас решения он принимает и какие угрозы несет; оценить степень влияния каждого из этих органов власти на бизнес.
- Составить список интересов компании в долгосрочной перспективе; построить дерево целей (задач); разработать общую GR-стратегию и подготовить ее для утверждения руководством и владельцами компании; составить общую схему органов власти в регионе (регионах), в котором работает компания, собрать информацию о руководстве этих органов и систематизировать контактную информацию по тем службам, с которыми у организации возникают периодически контакты.
- Собрать информацию о планах проверок из открытых источников; оценить риски проверок со стороны органов власти, имеющих прямое отношение к контролю за деятельностью компании; провести анализ существующих контактов с органами власти (какие подразделения организации и с кем взаимодействуют, как часто, по каким вопросам, кто реализует эти контакты и в какой форме); изучить ситуацию в аналогичных компаниях, постараться выяснить, какие угрозы могут возникнуть при ведении этого вида деятельности, с какими сложностями сталкиваются конкуренты или аналогичные производители в других регионах; составить список средств массовой информации, которые могут освещать работу вашей организации, и список журналистов, которых необходимо регулярно извещать о вашей работе.

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика». Вспомните, какой лоббизм называется косвенным. Ответьте на вопрос, в чем особенности косвенного лоббизма?**

- Косвенный лоббизм предполагает воздействие не на само лицо, принимающее решения, а на его ближайшее окружение: заместителей, помощников, советников и экспертов, а также близких родственников. Примерами такого воздействия могут быть как легальные (информирование), так и нелегальные (подкуп, шантаж) способы.
- **Косвенный лоббизм предполагает воздействие на лицо, принимающее решения, не напрямую, а через создание определенных ситуаций, которые способствуют принятию нужного решения. Примерами таких действий могут быть массовые акции, социологические опросы, PR-кампании.**
- Косвенный лоббизм предполагает воздействие на лицо, принимающее решения, посредством предоставления ему необходимой, но необязательно достоверной информации.

**Вы наняли PR-агентство для решения задачи по формированию положительного имиджа вашего бизнеса в органах власти в муниципальном образовании, где вы недавно открыли новый завод по производству продуктов питания (безалкогольные напитки). В пределах обозначенного бюджета агентство предлагает несколько вариантов действия. Выберите оптимальный вариант технического задания на разработку медиаплана для реализации GR-целей вашей организации.**

- Разовые рекламные публикации в самых популярных местных и региональных средствах массовой информации (СМИ); записи интервью и рекламы у местных блогеров и приглашение на мероприятия компании известных личностей и ключевых должностных лиц муниципалитета и региона; проведение тематической конференции или иного масштабного мероприятия для привлечения внимания широкой общественности.
- **Налаживание контактов с журналистами популярных местных и региональных СМИ; разработка контент-плана вашей компании в соответствии с темами, которые интересны этим журналистам и изданиям; организация регулярных экскурсий на завод для местных**

жителей (чиновников, школьников, пенсионеров), учреждение стипендии школьникам за экологические проекты.

- Проведение общероссийского форума по экологической тематике с приглашением федеральных СМИ и федеральных чиновников. Отслеживание публикаций в СМИ без активных мероприятий, направленных на появление сообщений о вашей деятельности. Расчет на уровень мероприятия, который должен по определению заинтересовать не только местные, но и федеральные СМИ.

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика», касающиеся вопроса о правовом статусе лоббистов. Опишите правовой статус современного лоббиста в России.**

- Правовое регулирование лоббизма в Российской Федерации основывается преимущественно на опыте США. Закон о лоббизме устанавливает порядок лицензирования и регистрации лоббистских организаций, а также формальные основания для признания гражданина либо организации лоббистом.
- **Правовое регулирование лоббизма в Российской Федерации отсутствует. На законодательном уровне принят ряд ограничений против применения «черных» лоббистских технологий (в части противодействия коррупции и профилактике конфликта интересов).**
- Правовое регулирование лоббизма в Российской Федерации основывается преимущественно на опыте стран Европейского союза. Федеральное законодательство о лоббизме носит рамочный характер, субъекты РФ вправе уточнять требования к регистрации лоббистов при собственных органах власти, а также вести собственные реестры лоббистских организаций.

**Освежите в памяти знания, полученные в результате освоения курса «Лоббизм и GR: теория и практика», касающиеся вопроса этичности GR-технологий. Ответьте на вопрос, каковы ключевые критерии различия между этичными и неэтичными GR-технологиями?**

- Строгого разделения на этичные и неэтичные GR-технологии не существует, поскольку основной критерий успешности и эффективности деятельности лоббиста и специалиста в сфере GR – это

достижение поставленной цели, т. е. удовлетворение потребностей клиента.

- Неэтичные GR-технологии могут быть связаны с нарушением как законодательства, так и норм профессиональной этики. Примерами первых могут стать предложения взятки должностному лицу за незаконные действия или бездействие, а также за общее покровительство клиенту лоббиста. Во втором случае речь может идти о предоставлении органам власти либо клиентам недостоверной или неполной информации, непрофессиональное отношение к контрагентам, лоббирование антиобщественных проектов и т. п.
- Неэтичные GR-технологии всегда связаны с коррупционными правонарушениями. Как правило, речь идет о склонении должностного лица, принимающего государственно-управленческие решения, к незаконным действиям посредством подкупа, угроз или шантажа.

**Вы руководите GR-подразделением отраслевого объединения производителей бытовой техники. Ваша организация развивается, открываются представительства в разных регионах страны. Вам необходимо расширить штат GR-департамента, наняв специалистов, которые смогут взаимодействовать с представителями органов власти во всех регионах страны и на федеральном уровне для решения GR-задач членов вашего объединения. Какие компетенции будут ключевыми для кандидатов на должность? Какой опыт работы кандидатов будет для вас ценным?**

- Самые важные компетенции для кандидатов на этой должности: высокие коммуникативные навыки, понимание устройства и функционирования государственной системы, знание отрасли и политической ситуации в регионах страны. Преимущество будут иметь кандидаты, имеющие опыт работы в GR-подразделении межрегионального или общенационального отраслевого объединения.
- Самые важные компетенции для кандидатов на этой должности: аналитические способности, понимание устройства и функционирования государственной системы, знание строительной отрасли. Преимущество будут иметь кандидаты, имеющие опыт исследовательской работы, сбора данных, работы в аналитических и статистических департаментах GR-подразделений

- Самые важные компетенции для кандидатов на этой должности: высокие коммуникативные навыки, понимание устройства и функционирования государственной системы, навыки деловой переписки и нормотворчества. Преимущество будут иметь кандидаты, имеющие опыт работы в GR-подразделении крупной производственной компании.

**Вы обеспечиваете GR-сопровождение выхода торговой компании в новый регион страны. Политическая обстановка в регионе аналогична тем, в которых вы уже успешно работаете. Руководство вашей компании стремится получить как можно более быстрый результат, максимизировать выгоды с самого запуска нового проекта, но с минимальными рисками. Какой набор GR-технологий вы выберете в качестве основного в таких условиях?**

- Мониторинг и анализ деятельности органов власти в регионе, отдельных чиновников, политиков; вступление в региональную бизнес-ассоциацию; активное участие в мероприятиях, проводимых органами власти в этом регионе; официальная переписка и регулярное информирование органов власти о планах компании в регионе.
- Инсайдинг; рекрутинг; поиск неформальных контактов с представителями органов власти в регионе; поддержка лидирующих политических сил в регионе (кандидатов и партий); регулярные публикации в местных и региональных средствах массовой информации о работе компании в целях создания и поддержания репутации социально-ответственной организации; участие в региональных социальных проектах, поддержка культуры и науки в регионе.
- Инсайдинг; рекрутинг; судебные тяжбы; обжалование решений органов власти, которые не удовлетворяют вашу организацию, в вышестоящих инстанциях; организация пикетов, забастовок, митингов и прочих акций социального протеста; поддержка оппозиционных кандидатов и партий.

**К вам обратились за рекомендацией составить объявление о вакансии GR-менеджера для компании по производству косметики. Владельцы и топ-менеджмент компании стремятся передать регулярные функции по GR-направлению отдельному специалисту. GR-стратегия и общая политика разработаны и утверждены, есть понимание целей и карта стейкхолдеров, налажены контакты и конструктивное взаимодействие с**



**ключевыми стейкхолдерами. Каково должно быть описание функционала для потенциального кандидата на эту должность?**

- Организация взаимодействия с органами государственной власти и местного самоуправления, встреч и переговоров с представителями государственных организаций, обеспечение участия в специализированных выставках и конференциях с привлечением органов власти, отслеживание законодательных и политических тенденций и изменений.
- Консультирование руководства компании по вопросам выбора GR-стратегии, альтернативных GR-технологий, определения стратегических целей и задач, бюджетирование работы GR-подразделения, лоббирование законопроектов в региональном парламенте, поиск контактов в профильных органах власти и государственного управления.
- Отслеживание законодательных и политических тенденций и изменений, консультирование, политический анализ, рекрутинг, инсайдинг, продвижение и защита интересов компании в органах государственной власти, формирование системы нефинансовой отчетности по международным стандартам, внедрение технологий grassroots