

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 38.04.02 Менеджмент**

**Наименование образовательной программы: Управление деятельностью PR организаций и структур**

**Уровень образования: высшее образование - магистратура**

**Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы  
по дисциплине  
GR-менеджмент**

**Москва  
2023**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдина Ю.В.
	Идентификатор	R433d2c82-YudinaYuV-a89cbca1

(подпись)

Ю.В. Юдина

(расшифровка  
подписи)

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIV-667968f0

(подпись)

И.В. Юдин

(расшифровка  
подписи)

Заведующий  
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое  
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка  
подписи)

## ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен организовать деятельность и управлять PR-организациями и PR-подразделениями в организациях, осуществляющих свою деятельность в сфере производства и реализации продукции и услуг

ИД-5 Демонстрирует понимание взаимосвязи функций и задач процессов управления и организации

и включает:

**для текущего контроля успеваемости:**

Форма реализации: Письменная работа

1. Современные GR-коммуникации. Контрольная работа (Контрольная работа)
2. Теория и практика лоббизма. Тест (Тестирование)
3. Теория и технологии GR. Тест (Тестирование)
4. Этика GR и лоббизма. Реферат (Реферат)

### БРС дисциплины

2 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Теория и технологии GR					
Теория "government relations"		+			
Субъекты и объекты GR и лоббизма		+			
Современные GR-коммуникации					
Основные GR - технологии			+		
Использование СМИ в GR			+		
GR - коммуникации в Интернет-среде			+		
Теория и практика лоббизма					
Основные термины и концепции лоббизма				+	

Законодательное регулирование лоббизма			+	
Этика GR и лоббизма				
Этические аспекты GR				+
Этика лоббизма				+
Кодексы и профессиональные стандарты в сфере GR и лоббизма				+
Вес КМ:	15	30	15	40

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### *I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций*

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-5ПК-1 Демонстрирует понимание взаимосвязи функций и задач процессов управления и организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, принципы, функции, субъекты и объекты GR и лоббизма, а также основные элементы инфраструктуры GR и лоббизма в современном государстве;</li> <li>- современные GR-технологии в контексте нормативного и этического пространства;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания о нормативно-правовом регулировании и этике GR и лоббизма на практике.</li> <li>- осуществлять комплексную оценку организации и деятельности структур и субъектов GR и лоббизма в России на основе принципов этики;</li> </ul>	<p>Теория и технологии GR. Тест (Тестирование)</p> <p>Современные GR-коммуникации. Контрольная работа (Контрольная работа)</p> <p>Теория и практика лоббизма. Тест (Тестирование)</p> <p>Этика GR и лоббизма. Реферат (Реферат)</p>

## II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

### КМ-1. Теория и технологии GR. Тест

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3х.

#### Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знания сущности, принципов, функций, субъектов и объектов GR и лоббизма, а также основных элементов инфраструктуры GR и лоббизма в современном государстве

#### Контрольные вопросы/задания:

Знать: - сущность, принципы, функции, субъекты и объекты GR и лоббизма, а также основные элементы инфраструктуры GR и лоббизма в современном государстве;

**1. 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 ...**

- а) акторами
- б) стейкхолдерами
- в) субъектами GR
- г) объектами GR

Ответ: б)

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

- а) средства массовой информации
- б) пресса
- в) Интернет
- г) информационное агентство

Ответ: а)

**3. 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 ...**

- а) государственно-управленческим
- б) экономическим
- в) политологическим
- г) юридическим
- д) социально-психологическим

е) институциональным

Ответ: а)

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

- а) базисными субъектами
- б) технологическими субъектами
- в) базисными объектами
- г) технологическими объектами

Ответ: б)

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

- а) профессиональной
- б) добровольной
- в) обязательной
- г) творческой

Ответ: а)

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

- а) прямого участия бизнеса во власти
- б) политического участия бизнеса через поддержку политических акторов
- в) уклонение бизнеса от политического участия
- г) политического нейтралитета

Ответ: а)

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

- а) объектом
- б) субъектом
- в) посредником
- г) наблюдателем

Ответ: а)

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

- а) давления
- б) интересов
- в) влияния
- г) заключенных

	<p>Ответ: а)  <b>9.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</b>  а) карта  б) анкета  в) досье  г) дело</p> <p>Ответ: а)  <b>10.Соотнесите характерные черты лоббизма с регионом:</b>  <b>А.</b> Нелегализованный лоббизм, который фактически сводится к взаимодействию финансово-промышленных групп с органами исполнительной власти  <b>В.</b> Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к консультированию должностных лиц по тем или иным вопросам  <b>С.</b> Регистрация лоббистов обязательная, преимущественно лоббирование сводится к поддержке кандидатов от той или иной партии в обмен на выполнение требований групп интересов  <b>Д.</b> Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к взаимодействию лоббистов с правительственными структурами и, отчасти, с нижней палатой парламента  <b>Е.</b> Россия  <b>Г.</b> Европейский союз  <b>Г.</b> США  <b>Н.</b> Великобритания</p> <p>Ответ:  А – Е  В – Г  С – Д  Д – Н</p>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется, если дано 80 и более процентов верных ответов*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется, если дано 60-79 процентов верных ответов

*Оценка:* 3

*Нижний порог выполнения задания в процентах:* 50

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется, если дано 50-59 процентов верных ответов

## **КМ-2. Современные GR-коммуникации. Контрольная работа**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Контрольная работа

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 30

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Работа выполняется в рамках планового практического занятия. Время на выполнение 1 час 30 минут

### **Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на проверку знаний современных GR-технологий в контексте нормативного и этического пространства

### **Контрольные вопросы/задания:**

<p>Знать: - современные GR-технологии в контексте нормативного и этического пространства;</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Стратегическое планирование GR-деятельности корпорации в условиях рисков политической среды</li><li>2. GR-менеджмент и технологии лоббистской деятельности (на примере бизнескорпорации либо крупного промышленного предприятия)</li><li>3. GR-проектирование лоббистских кампаний в муниципальном образовании</li><li>4. Организация GR-кампаний и технологии политического менеджмента в субъекте РФ</li><li>5. Координация различных акторов и видов ресурсов в ходе лоббистской кампании</li><li>6. Создание групп сторонников и коалиции поддержки градообразующего предприятия</li><li>7. Организация GR-работы в законодательных и исполнительных органах власти</li><li>8. Практика применения GR-техник в США</li><li>9. Практика применения GR-техник в странах Азии</li><li>10. GR-кампании международного масштаба: примеры и специфика</li></ol>
---	--

### **Описание шкалы оценивания:**

*Оценка:* 5

*Нижний порог выполнения задания в процентах:* 80

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

*Оценка:* 4

*Нижний порог выполнения задания в процентах:* 70

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач

*Оценка:* 3

*Нижний порог выполнения задания в процентах:* 50

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

### **КМ-3. Теория и практика лоббизма. Тест**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Тестирование

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 15

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут. Количество попыток не более 3х.

#### **Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на проверку навыков применения знаний о нормативно-правовом регулировании и этике лоббизма на практике

#### **Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: - применять знания о нормативно-правовом регулировании и этике GR и лоббизма на практике.</p>	<p>1. Лоббизм – это технология преодоления противоречий между актуальной потребностью в представительстве ... интереса и отсутствием легитимного механизма его учета.</p> <p>а) корпоративного б) индивидуального в) финансового г) личного</p> <p>Ответ: а)</p> <p>2.... – это субъект лоббирования, главным образом ориентированный на то, чтобы привлечь внимание общественности и сформировать определенное общественное мнение.</p> <p>а) Ассоциация крупных предпринимателей б) Профессиональная лоббистская фирма в) Общественно-политическое движение г) Финансово-промышленная группа</p> <p>Ответ: б)</p> <p>3. Принцип профессиональной этики лоббистов, предполагающий обязанность сообщать информацию полно и точно, своевременно и без искажений уведомляя о возможных изменениях ситуации, быть открытым в отношениях с клиентом, – это принцип ...</p> <p>а) законопослушности б) клиентоориентированности в) профессионализма г) честности</p> <p>Ответ: г)</p> <p>4. В какой стране впервые принято законодательство о лоббизме:</p> <p>а) Великобритания</p>
---	---

- б) США
- в) Литва
- г) Польша
- д) Австрия

Ответ: а)

5.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.

- а) 2 тыс. долл.
- б) 5 тыс. долл.
- в) 10 тыс. долл.
- г) 15 тыс. долл.

Ответ: б)

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

- а) Информирование
- б) Закон
- в) Оружие
- г) Взятка

Ответ: а)

7.... 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.

- а) Личная заинтересованность
- б) Этика
- в) Судьба
- г) Преимущество

Ответ: а)

8.Необходимость принятия законодательства о лоббизме в современной России содержится в программе большинства политических партий:

- а) праволиберальной идеологии
- б) социалистической идеологии
- в) леволиберальной идеологии
- г) консервативной направленности

Ответ: а)

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

- а) напрямую требовать принятия того или иного решения органами Евросоюза

	<p>б) входить в состав экспертных групп  в) быть принятым председателем Еврокомиссии вне очереди  г) заниматься лоббистской деятельностью как таковой</p> <p>Ответ: б)  10.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</p> <p>а) общественным  б) государственным  в) коммерческим  г) творческим</p>
--	---

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения задания: Оценка "отлично" выставляется, если дано 80 и более процентов верных ответов*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения задания: Оценка "хорошо" выставляется, если дано 60-79 процентов верных ответов*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения задания: Оценка "удовлетворительно" выставляется, если дано 50-59 процентов верных ответов*

**КМ-4. Этика GR и лоббизма. Реферат**

**Формы реализации:** Письменная работа

**Тип контрольного мероприятия:** Реферат

**Вес контрольного мероприятия в БРС:** 40

**Процедура проведения контрольного мероприятия:** Готовая работа отправляется преподавателю через ОСЭП и защищается с презентацией на плановых занятиях

**Краткое содержание задания:**

Контрольная точка направлена на проверку навыков осуществления комплексной оценки организации и деятельности структур и субъектов GR и лоббизма в России на основе принципов этики

**Контрольные вопросы/задания:**

<p>Уметь: - осуществлять комплексную оценку организации и деятельности структур и субъектов GR и лоббизма в России на основе</p>	<p>1.Этические основы лоббизма в США  2.Этические основы лоббистской деятельности в странах Западной Европы  3.Этика лоббизма в Российской Федерации  4.Кодексы профессиональной этики лоббистов и GR-</p>
--	--

<p>принципов этики;</p>	<p>специалистов</p> <p>5.Методологические основы этического поведения в сфере GR и лоббизма</p> <p>6.Стандартизация деятельности GR - специалистов</p> <p>7.GR-менеджмент на новом этапе развития</p> <p>8.Официальные правовые нормы и неофициальные «правила игры» в макрорегулировании лоббистской деятельности: зарубежный опыт и российская специфика</p> <p>9.GR-департамент: функции, роль, структура</p> <p>10.PR в структурах власти: нормативные основы и специфика применения</p> <p>11.Влияние этноконфессиональных факторов, принципов традиционной светской этики и «неформальных» норм на осуществление GR-деятельности</p> <p>12.Внутриаппаратные и межведомственные конфликты: способы разрешения политикоадминистративных конфликтов по поводу публичных решений</p> <p>13.Возможности представительства интересов российского бизнеса на зарубежных рынках</p> <p>14.Группы давления и политические партии как негосударственные акторы, продвигающие альтернативные варианты решений</p> <p>15.Институт уполномоченного по правам предпринимателей (бизнес-омбудсмена) в РФ и на региональном уровне</p> <p>16.Крупная корпорация как субъект публичной политики</p> <p>17.Методы стимулирования развития социально ответственного поведения субъектов корпоративной социальной ответственности</p> <p>18.Механизмы взаимодействия органов власти с НКО</p> <p>19.Общее и особенное в технологиях PR, рекламы и маркетинга. Специфика использования в органах власти. Интегрированные маркетинговые технологии в GR</p> <p>20.Политико-управленческие сети в процессе продвижения государственных решений</p> <p>21.Понятие государственно-частного партнерства, Принципы реализации государственно-частного партнерства</p> <p>22.Проекты государственно-частного партнерства в системе GR</p> <p>23.Социально-экономические и политико-правовые аспекты взаимодействия органов власти и бизнеса в современной России</p> <p>24.Специфика российского корпоративизма и клиентелизма в России</p> <p>25.PR, этика и лоббизм: соотношение понятий</p>
-------------------------	--

**Описание шкалы оценивания:**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 80*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %*

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 60*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство аспектов проблемы раскрыто*

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено*

## СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

НИУ «МЭИ»	Министерство науки и высшего образования РФ	Утверждено на заседании кафедры РСиЛ. Протокол №__от __мая 2022 года.  Зав. кафедрой РСиЛ:  Гаврилова Ю.В.
		НИУ «МЭИ» Кафедра РСиЛ
		Дисциплина GR-менеджмент
		ГПИ, 38.04.02 Менеджмент
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1 1. Понятие и принципы лоббизма 2. Этика лоббизма в США 3. Практическое задание  Лектор потока <span style="float: right;">к.полит. н., доц. каф. РСиЛ Юдина Ю.В.</span>		

### Процедура проведения

Экзамен проходит по билетам, в устной форме. Время на подготовку - не более одного часа. Ответ не должен занимать более 20 минут.

### *1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины*

**1. Компетенция/Индикатор:** ИД-5<sub>ПК-1</sub> Демонстрирует понимание взаимосвязи функций и задач процессов управления и организации

### Вопросы, задания

1. Понятие GR
2. GR в органах государственной власти: цели, задачи и отличия от коммерческого PR
3. Этапы исторического развития GR
4. Объекты и субъекты GR
5. Методы GR-менеджмента: информационно-аналитическая работа
6. Методы GR-менеджмента: налаживание системы коммуникации с органами власти
7. Методы GR-менеджмента: представительство интересов организации и решение вопросов практической деятельности в органах государственной власти
8. Сущность и функции GR-менеджмента
9. Виды GR-менеджмента
10. Повышение эффективности использования методов GR-менеджмента

11. Организация устных коммуникаций (пресс-конференции, презентаций). Подготовка речей и выступлений
12. Стратегическое планирование в GR
13. Российский и зарубежный опыт организации GR в органах федеральной, региональной и муниципальной власти
14. Технологии управления новостной информацией, создание и усиление значимости новости
15. Институционализация GR
16. Понятие GR-менеджмента. Функции GR-менеджмента. Виды GR-менеджмента
17. Понятие и признаки некоммерческой организации
18. Деятельность некоммерческой организации
19. Деятельность GR и PR - департаментов организации
20. Лоббирование и коррупция: сходство и отличия
21. Проблемы формирования имиджа в некоммерческом секторе
22. Модель партнерства в отношениях с государственной властью
23. Процесс принятия решения внутри корпорации
24. Определение значимых проблем и целей во взаимодействии с государством
25. Концепции "Shareholders" и "Stakeholders" в GR-деятельности
26. Идентификация стейкхолдеров и их интересов
27. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния
28. Стратегия продвижения месседжа в СМИ
29. Процессы принятия решений в законодательных и исполнительных органах власти
30. Технологии и техники прямого лоббизма
31. Технологии косвенного лоббизма
32. Использование «переговорных площадок» во взаимодействии с органами государственной власти
33. Лоббизм и GR: история развития
34. Институционализация PR и GR в России

### **Материалы для проверки остаточных знаний**

#### **1. Расположите GR-технологии в порядке расширения круга лиц, вовлекаемых в реализацию технологии**

Ответы:

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

Верный ответ: 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

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

Ответы:

- переговоры
- PA (Public Affairs)
- лоббизм

GR (Government Relations)

Верный ответ: 1. PA (Public Affairs) 2. GR (Government Relations) 3. лоббизм 4.

переговоры

#### **3. Соотнесите типы организованных интересов с примерами групп интересов:**

Ответы:

- А.** Экономические интересы
- В.** Социальные интересы
- С.** Общественно-политические интересы
- Д.** Духовно-нравственные интересы
- Е.** профсоюз
- Ф.** клуб анонимных алкоголиков
- Г.** правозащитная организация
- Н.** церковь

Верный ответ: А – Е В – F C – G D – Н

**4. Установите хронологическую последовательность возникновения теорий лоббизма:**

Ответы:

- корпоративизм
- неокорпоративизм
- плюрализм

Верный ответ: 1. плюрализм 2. корпоративизм 3. неокорпоративизм

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

Ответы:

- а) выгод
- б) доходов
- в) гудвила
- г) имени

Верный ответ: а)

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

Ответы:

- а) движение в защиту окружающей среды
- б) профсоюз
- в) религиозная община
- г) ассоциация предпринимателей

Верный ответ: а)

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

Ответы:

- А.** Политологический подход
- В.** Юридический подход
- С.** Экономический подход
- Д.** организация митинга в соответствии с требованиями закона
- Е.** подача жалобы на действия чиновника в вышестоящую инстанцию
- Ф.** финансирование избирательной кампании
- Г.** направление обращения в уполномоченный орган власти
- Н.** получение государственной субсидии

Верный ответ: А – D B – E, G C – F, Н

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

Ответы:

- А.** Институциональный подход
- В.** Инструментальный подход
- С.** Корпоративистский подход
- Д.** Плюралистический подход
- Е.** лоббизм – это средство поддержания равновесия в обществе в реализации права каждого гражданина участвовать в управлении делами государства

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

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

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

Верный ответ: А – Е В – F C – G D – Н

**9. 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:**

Ответы:

- а) двухсторонняя симметричная
- б) двухсторонняя асимметричная
- в) односторонняя симметричная
- г) односторонняя асимметричная

Верный ответ: б)

**10. Соотнесите типы и примеры этического контроля:**

Ответы:

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

Верный ответ: А – С, D B – E, F

## **II. Описание шкалы оценивания**

*Оценка: 5*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 85*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

*Оценка: 4*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 70*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

*Оценка: 3*

*Нижний порог выполнения задания в процентах: 50*

*Описание характеристики выполнения знания:* Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

## **III. Правила выставления итоговой оценки по курсу**

Итоговая оценка выставляется в зависимости от ответа на экзамене по совокупности с семестровой составляющей в соответствии с Положением об использовании в учебном процессе системы "БАРС"