

**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-5 _{ПК-1} Демонстрирует понимание взаимосвязи функций и задач процессов управления и организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные GR-технологии в контексте нормативного и этического пространства; - сущность, принципы, функции, субъекты и объекты GR и лоббизма, а также основные элементы инфраструктуры GR и лоббизма в современном государстве; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять комплексную оценку организации и деятельности структур и субъектов GR и лоббизма в России на основе принципов этики; - применять знания о нормативно-правовом регулировании и этике GR и лоббизма на практике. 	<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)</p> <p>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</p> <p>а) карта б) анкета в) досье г) дело</p> <p>Ответ: а)</p> <p>10.Соотнесите характерные черты лоббизма с регионом:</p> <p>А. Нелегализованный лоббизм, который фактически сводится к взаимодействию финансово-промышленных групп с органами исполнительной власти</p> <p>В. Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к консультированию должностных лиц по тем или иным вопросам</p> <p>С. Регистрация лоббистов обязательная, преимущественно лоббирование сводится к поддержке кандидатов от той или иной партии в обмен на выполнение требований групп интересов</p> <p>Д. Регистрация лоббистов необязательная, преимущественно лоббирование сводится к взаимодействию лоббистов с правительственными структурами и, отчасти, с нижней палатой парламента</p> <p>Е. Россия Г. Европейский союз Ж. США З. Великобритания</p> <p>Ответ: А – Е В – Г С – Ж Д – З</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">1. Стратегическое планирование GR-деятельности корпорации в условиях рисков политической среды2. GR-менеджмент и технологии лоббистской деятельности (на примере бизнескорпорации либо крупного промышленного предприятия)3. GR-проектирование лоббистских кампаний в муниципальном образовании4. Организация GR-кампаний и технологии политического менеджмента в субъекте РФ5. Координация различных акторов и видов ресурсов в ходе лоббистской кампании6. Создание групп сторонников и коалиции поддержки градообразующего предприятия7. Организация GR-работы в законодательных и исполнительных органах власти8. Практика применения GR-техник в США9. Практика применения GR-техник в странах Азии10. GR-кампании международного масштаба: примеры и специфика
---	--

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> <ol style="list-style-type: none"> 5.Методологические основы этического поведения в сфере GR и лоббизма 6.Стандартизация деятельности GR - специалистов 7.GR-менеджмент на новом этапе развития 8.Официальные правовые нормы и неофициальные «правила игры» в макрорегулировании лоббистской деятельности: зарубежный опыт и российская специфика 9.GR-департамент: функции, роль, структура 10.PR в структурах власти: нормативные основы и специфика применения 11.Влияние этноконфессиональных факторов, принципов традиционной светской этики и «неформальных» норм на осуществление GR-деятельности 12.Внутриаппаратные и межведомственные конфликты: способы разрешения политикоадминистративных конфликтов по поводу публичных решений 13.Возможности представительства интересов российского бизнеса на зарубежных рынках 14.Группы давления и политические партии как негосударственные акторы, продвигающие альтернативные варианты решений 15.Институт уполномоченного по правам предпринимателей (бизнес-омбудсмена) в РФ и на региональном уровне 16.Крупная корпорация как субъект публичной политики 17.Методы стимулирования развития социально ответственного поведения субъектов корпоративной социальной ответственности 18.Механизмы взаимодействия органов власти с НКО 19.Общее и особенное в технологиях PR, рекламы и маркетинга. Специфика использования в органах власти. Интегрированные маркетинговые технологии в GR 20.Политико-управленческие сети в процессе продвижения государственных решений 21.Понятие государственно-частного партнерства, Принципы реализации государственночастного партнерства 22.Проекты государственно-частного партнерства в системе GR 23.Социально-экономические и политико-правовые аспекты взаимодействия органов власти и бизнеса в современной России 24.Специфика российского корпоративизма и клиентелизма в России 25.PR, этика и лоббизм: соотношение понятий
-------------------------	--

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 к.полит. н., доц. каф. РСиЛ Юдина Ю.В.		

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_{ПК-1} 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"