

Факультет журналістики, реклами та видавничої справи	Лобізм та GR: взаємодія з владою через PR
	Ступінь вищої освіти – перший (бакалаврський) Освітньо-професійна програма: Курс навчання: Кількість кредитів: 3, 90 годин. Мова викладання: українська Дні, час, місце: Французький б-р, 24/26, за розкладом Консультації: Французький б-р, 24/26, щотижнево за розкладом

СИЛАБУС

Викладач:	кандидат політичних наук, старший викладач <i>Бахметєв Андрій Євгенійович</i>
Кафедра:	Журналістики, реклами та медіакомунікацій
Контактна інформація:	andreibahmetev@gmail.com

КОМУНІКАЦІЯ

Комунікація зі здобувачами буде здійснюватися через вказаний e-mail та очні зустрічі на консультаціях.

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни є формування у студентів комплексного розуміння механізмів лобіювання та Government Relations (GR), принципів взаємодії бізнесу, громадських організацій та політичних акторів із владою через PR-інструменти. Ознайомлення із сучасними методами та етичними аспектами впливу на процеси прийняття політичних рішень, роллю комунікаційних стратегій у побудові ефективних відносин із органами державної влади.

Завданнями дисципліни є:

- Вивчити теоретичні основи лобізму, GR та публічних комунікацій у взаємодії з владою.
- Ознайомити студентів із правовими аспектами лобіювання в Україні та світі, міжнародними стандартами регулювання лобістської діяльності.
- Дослідити інструменти Public Affairs, корпоративної соціальної відповідальності (CSR) та кризового комунікаційного менеджменту у сфері GR.
- Аналізувати роль PR у побудові відносин між бізнесом, громадськими організаціями та державними установами.
- Ознайомити з методами формування та просування політичних ініціатив через медіа та соціальні мережі.
- Розглянути успішні кейси лобістської та GR-кампаній в Україні та за кордоном.
- Навчити студентів створювати стратегії взаємодії з органами влади, формувати комунікаційні плани для GR-кампаній.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен :

знати:

- Основні поняття, принципи та моделі лобізму та Government Relations.
- Нормативно-правове регулювання лобістської діяльності в Україні та світі.
- Основні суб'єкти та механізми прийняття політичних рішень, їхню взаємодію з бізнесом і громадянським суспільством.
- Технології стратегічних комунікацій, які використовуються в GR та публічному лобіюванні.

- Методи аналізу політичного середовища та оцінки впливу різних зацікавлених сторін.
- PR-інструменти для ефективної комунікації з органами державної влади та впливу на суспільну думку.
- Механізми формування публічного іміджу та репутації політиків, бізнесу, громадських організацій через GR.

вміти:

- Використовувати методи лобіювання та GR для досягнення стратегічних цілей бізнесу або громадських організацій.
- Аналізувати політичне середовище, визначати ключових стейкхолдерів та формувати ефективні комунікаційні стратегії.
- Розробляти та реалізовувати GR-кампанії з урахуванням правових, етичних та політичних аспектів.
- Створювати PR-матеріали (прес-релізи, аналітичні статті, виступи для публічних осіб), що сприятимуть комунікації з владою.
- Використовувати медіа та соціальні мережі для просування лобістських ініціатив та формування громадської думки.
- Оцінювати ефективність комунікаційної політики у сфері взаємодії з владою.
- Застосовувати антикризові комунікаційні стратегії у GR-кампаніях.

володіти:

- Навичками проведення переговорів та комунікації з представниками влади, бізнесу та громадянського суспільства.
- Методами стратегічного планування у сфері GR та публічної дипломатії.
- Інструментами аналізу політичних ризиків та управління репутацією.
- Техніками створення адвокаційних та лобістських кампаній.
- Механізмами використання соціальних медіа та традиційних медіа у формуванні суспільної підтримки GR-ініціатив.
- Методику оцінки ефективності GR-кампаній та стратегій взаємодії з державними органами.

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Курс буде викладений у формі лекцій (16 год.) та практичних (14 год.), організації самостійної роботи студентів (60 год.).

Зміст навчальної дисципліни

Тема	Результати навчання	Форми робіт
1.Аналіз законодавчої бази лобізму в Україні та світі.	Розглянути правові аспекти лобіювання та GR у різних країнах, порівняти рівень регулювання та етичні стандарти. Ознайомитися із законодавством України, ЄС та США щодо лобістської діяльності. Визначати ключові відмінності у підходах до регулювання лобізму. Аналізувати прозорість та ефективність механізмів контролю за лобістською діяльністю.	Обговорення, завдання, презентації
2.Визначення стейкхолдерів у GR-кампаніях.	Навчитися ідентифікувати та аналізувати зацікавлені сторони у процесі лобіювання. Використовувати стейкхолдер-аналіз для визначення впливових осіб та груп. Формувати карту стейкхолдерів для конкретної GR-кампанії. Визначати найефективніші канали комунікації з різними зацікавленими сторонами.	Обговорення, завдання, презентації
3.Розробка лобістської стратегії для	Ознайомитися з процесом створення ефективної GR-кампанії. Вміти визначати цілі та задачі лобістської ініціативи. Розробляти покроковий план	Обговорення, завдання, презентації

бізнесу або громадської організації.	реалізації GR-кампанії та аналізувати можливі ризики та бар'єри у взаємодії з владою.	
4. Аналіз медійних кампаній для підтримки GR-ініціатив.	Вивчити роль ЗМІ та PR у підтримці лобістських кампаній. Аналізувати інформаційні кампанії, спрямовані на формування громадської підтримки GR. Визначати основні інструменти PR у GR-кампаніях та оцінювати вплив медіа на прийняття політичних рішень.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
5.Методи комунікації з органами влади.	Навчитися ефективно вести переговори з владними структурами. Формувати аргументовані меседжі для представників влади. Використовувати методи персонального та групового лобіювання та оцінювати ефективність проведених переговорів.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
6.Написання прес-релізів та медіа-звернень для GR-кампаній.	Навчитися створювати медіа-контент для підтримки взаємодії з владою. Формулювати ключові повідомлення для медіа у GR-кампаніях та писати ефективні прес-релізи та звернення до ЗМІ. Використовувати соціальні медіа у комунікаційних кампаніях.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання, тести
7.Аналіз кейсів антикризових стратегій у GR.	Ознайомитися з реальними прикладами криз у сфері GR та методами їх вирішення. Визначати типові причини кризових ситуацій у GR. Аналізувати ефективність комунікаційних стратегій у кризових ситуаціях. Пропонувати варіанти виходу з кризових ситуацій..	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні завдання
8.Розробка антикризового комунікаційного плану.	Сформувати комплексну антикризову стратегію для GR-кампанії. Розуміти основи кризового менеджменту у GR. Розробляти плани дій для мінімізації репутаційних ризиків. Використовувати медіа для відновлення довіри до організації.	Обговорення, завдання, презентації, індивідуальні, проблемні завдання
9.Проведення переговорів у межах GR-кампанії.	Розвинути навички комунікації з державними органами. Опанувати техніки аргументації у переговорах. Оцінити ефективність взаємодії з владою.	Обговорення, завдання, презентації

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА

1. Багацький В.В., Мацкевич Р. М. Політико-правові засади формування інституту лобізму в Україні. Одеса: Фенікс, 2013. 168 с.
2. Базілевич Д.С. Вплив на владу - наше право чи обов'язок? *Українська (економічна) Правда*. 15 червня, 2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/06/15/674780/> (дата звернення: 10.03.2025).
3. Безпроз О. Печерний лобізм. *Кропива*. Березень 4, 2015. URL: <https://kropyva.ck.ua/content/pechernii-lob-zm> (дата звернення: 10.03.2025).

4. Биковець В. Лобізм у системі представництва інтересів. *Політичний менеджмент*. 2006. № 5. С. 44–52.
5. Вітвіцький С.С., Южека Р.С. Міжнародний досвід розвитку інституту лобізму та проблема його легалізації в Україні. *«Молодий вчений»*. Серія: Юридичні науки. 2015. №2 (17). С. 734–736.
6. Герасіна Л. Практики лобізму в політичному процесі України та світу: політико-соціологічний аспект. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. 2016. № 3. С. 6–17.
7. Гнатенко Н. Г. Інституціоналізація лобізму в Україні: історія та сучасність. *Гілея: Науковий вісник : зб. наук. пр.* 2016. Вип. 115. С. 434–438
8. Карпенко О. Цивілізований лобізм як механізм державного регулювання взаємовідносин бізнес-еліти та органів публічної влади в Україні. *Україна: події, факти, коментарі*. 2011. № 5. С. 41–47.
9. Карпенко О.В. Про доцільність впровадження в Україні інституту цивілізованого лобізму державно-управлінських рішень. *Демократичне врядування*. 2011. Вип. 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2011_7_16. (дата звернення: 10.03.2025).
10. Українська Асоціація професіоналів у сферах GR та лобізму провела Міжнародний GR Форум. 04 юня 2021. URL: <https://delo.ua/business/ukrajinska-asociacija-profesionaliv-u-sferah-gr-382765/> (дата звернення: 10.03.2025).
11. Федоренко В. Л. Легітимації інституту лобіювання в Україні: законодавчі та державно-управлінські аспекти. *Вісник Національної академії державного управління*. 2010. №1. С. 205–213.

ОЦІНЮВАННЯ

Форма підсумкового контролю – залік.

Проведення контролю результатів навчання здобувачів відбувається відповідно до Положення про організацію і проведення контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти Одеського національного університету імені І.І. Мечникова URL : https://onu.edu.ua/pub/bank/userfiles/files/documents/polozennya/poloz-org-kontrol_2022.pdf

ПОЛІТИКА КУРСУ

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського

національного університету імені І.І. Мечникова
(<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.