ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
Институт международных отношений и социальных технологий
Кафедра всеобщей истории, социологии и политологии

ТУШКОВ
Александр Анатольевич
Доктор исторических наук, профессор кафедры ВИПС

ЦИВИЛИЗОВАННОЕ ЛОББИРОВАНИЕ

Презентация по курсу «Связи с общественностью»
Предназначен для студентов специальности
030201 - Политология
020251 - Политический менеджмент и связи с общественностью

Учебные вопросы:

1. Общие проблемы лоббизма.
2. Характеристика деятельности лоббистов.

1. Общие проблемы лоббизма

Лоббизм – это система влияния на членов законодательного органа или чиновников государственных учреждений с целью добиться одобрения или неодобрения ими того или иного законопроекта или постановления

Основная задача демократического лоббирования – добиться того, в законодательных и нормативных актах государственной власти учитывались специфические интересы разных групп общественности, их организаций, не противоречащие интересам общества.

1. Общие проблемы лоббизма

Правовые основы лоббизма

В США с 1946 года функционирует федеральный закон о регламентации лоббистской деятельности.

В Российской Федерации нет законодательно закрепленного права лоббирования.

Понятие лоббирование не распространяется:

- На политические компании, нацеленные на то, чтобы «возбудить мнение общественности» относительно общих проблем;
- На любое лицо, которое поддерживает законопроект и т.д.
- Обращения, адресованные к Конгрессу и т.д.

2. Характеристика деятельности лоббистов

Содержание работы лоббистов

Цели лоббистов:

1. Улучшают отношения с ответственными работниками государственных учреждений и организаций;
2. Следят за работой законодательных и исполнительных органов;
3. Активизируют участие избирателей в делах государственного управления на всех уровнях;
4. Влияют на законодательство, затрагивающее экономические интересы избирателей;
5. Заблаговременно информируют законодателей и достигают понимания с их стороны особенностей работы организации

2. Характеристика деятельности лоббистов

Содержание работы лоббистов

Виды работ лоббистов:

1. Собирают факты.
2. Интерпретируют управленческие акции.
3. Интерпретируют действия организации.
4. Защищают позиции организации;
5. Служат трамплином для паблисити.
6. Способствуют сбыту продукции.

Литература

1. Белов А.А. Теория и практика связей с общественностью: Учеб. пособие. – СПб.: ООО Изд-во «Северо-Запад»; Ростов н/Д.: Изд-во «Феникс», 2005. – 208 с.
2. Боброва И.И. Чёрный PR? Белый GR! Цветной IR:): менеджмент информационной культуры / И. Боброва, В. Зимин. – М.: Вершина, 2006. – 464 с.
3. Варакута С.А., Егоров Ю.Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 246 с.
4. Галумов Э.А. Основы PR. – М.: Летопись XXI, 2004. – 408 с.
5. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 220 с.
6. Катлип Скотт М., Сентер Аллен Х., Брум Глен М. Паблик рилейшнз: теория и практика: Учебное пособие / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 614 с
7. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии: Учебник для студентов вузов – М.: Аспект Пресс, 2005. – 300 с.

Использование материалов презентации

Использование данной презентации, может осуществляться только при условии соблюдения требований законов РФ об авторском праве и интеллектуальной собственности, а также с учетом требований настоящего Заявления.

Презентация является собственностью авторов. Разрешается распечатывать копию любой части презентации для личного некоммерческого использования, однако не допускается распечатывать какую-либо часть презентации с любой иной целью или по каким-либо причинам вносить изменения в любую часть презентации. Использование любой части презентации в другом произведении, как в печатной, электронной, так и иной форме, а также использование любой части презентации в другой презентации посредством ссылки или иным образом допускается только после получения письменного согласия авторов.