Правительство Российской Федерации

Санкт-Петербургский государственный университет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

GR и лоббизм. Искусство влияния

Язык(и) обучения - русский

Трудоёмкость (границы трудоёмкости) в зачетных единицах: 4

Регистрационный номер рабочей программы: 040605

Санкт-Петербург

2015

Раздел 1. Характеристики учебных занятий

1. Цель и задачи учебных занятий

В последние годы отмечается устойчивый тренд на формирование отдельной суботрасли PR — Government Relations. В наборе эффективных методик GR особе место занимают непосредственное взаимодействие с представителями власти и участие в обсуждении органами государственной власти интересующих бизнес вопросов. Сюда относятся методики реализации программ корпоративной социальной ответственности, политический фандрайзинг и спонсорские программы, участие в экспертных советах и подобные мероприятия. GR-cпециалисты, как правило, в совершенстве владеют коммуникативными инструментами и искусством влияния, умело вписывая проблемы своего бизнеса в повестку дня властных структур. Новые возможности для GR-коммуникаций и в зарубежной и российской практике связаны с инновационными технологиями взаимодействия с властью в современных условиях развития интернета и мобильных коммуникаций.

Government Relations определяется как многоаспектная (прежде всего — коммуникативная) деятельность негосударственных структур, направленная на осуществление взаимодействия с органами государственной власти.

Следует разграничивать понятие «GR» и близкое по смыслу и содержанию понятие «лоббизм». Под Government Relations понимаются отношения социальных субъектов с органами государственной власти, а под лоббизмом — решения тех или иных вопросов в интересах заинтересованных групп в государственных органах власти на основе знания процедур принятия решений последними. Специалисты в области Government Relations представляются создателями моста между властью и бизнесом, которым могут воспользоваться лоббисты для решения своих вопросов с властью. Лоббисты владеют теорией принятия решений в различных властных структурах и знают конкретные процедуры принятия решений на том или ином уровне государственной власти. GR-деятельность предполагает, прежде всего, умение выстраивать доверительные отношения с властью с помощью коммуникативных технологий. Таким образом, лоббизм и GR, будучи смежными понятиями, не являются тождественными. Последовательное выстраивание эффективной GR-коммуникации с органами государственной власти отличается от кулуарного лоббизма в первую очередь своей открытостью.

GR и лоббизм – явления, хотя и находящиеся в правовом поле, но практически всегда пограничные, балансирующие между открытостью и закрытостью, интересами частными и общественными. И пока еще не во всех странах стали прозрачным и полностью понятным видом профессиональной деятельности. Тем не менее, востребованность GR-специалистов и лоббистов как в бизнес-структурах, так и в сфере некоммерческих организаций растет. В США и Европейском Союзе накоплен в целом значительный опыт взаимодействия бизнеса, гражданского общества и власти, довольно давно сложились кодексы профессиональной этики. Поэтому GR и лоббизм несомненны интересны для изучения в рамках спецкурса для будущих магистров в области связей с органами государственной власти.

Цель спецкурса – дать студентам углубленные знания о том, как выстроить эффективную систему работы с представителями публичной власти для решения задач бизнеса и общественных организаций.

Данная цель предполагает решение следующих задач:

Во-первых, знакомство с теоретическими основами GR-деятельности, базовыми подходами и концепциями, изучение правовых основ и законодательной базы, истории выстраивания взаимоотношений бизнеса и власти в России и за рубежом.

Во-вторых, анализ реальной практики GR-деятельности, знакомство с деятельностью бизнес-сообществ и профессиональных консультантов в области GR.

В-третьих, выявление сильных и слабых сторон взаимодействия бизнеса и власти в современной России.

1. Требования к подготовленности обучающегося к освоению содержания учебных занятий (пререквизиты)

Спецкурс предполагает знания студентами общегуманитарных дисциплин, прежде всего – политологических, экономических, социологических, а также знакомство с основами теории коммуникации и связей с общественностью.

Перечень результатов обучения (learning outcomes)

По итогам изучения дисциплины студент должен

Знать:

коммуникационные механизмы организации взаимодействия бизнеса и власти, характеристики и особенности объектов и субъектов GR, историю лоббистского регулирования в России и за рубежом.

Уметь:

анализировать имеющиеся результаты GR-деятельности бизнес-структур различного уровня, выявлять общие закономерности, этапы, принципы такой деятельности.

Иметь представление о:

общих теоретических и практических аспектах взаимодействия бизнеса и власти, нормативных основах, профессиональной этике и навыках GR-специалиста.

1. Перечень активных и интерактивных форм учебных занятий

Дисциплина предусматривает 30 лекционных часа (Л) по очной форме обучения.

Используемый вид лекций – лекция-презентация.

При проведении занятий используются учебно-методические материалы, размещенные на официальном сайте.

Раздел 2. Организация, структура и содержание учебных занятий

2.1. Организация учебных занятий

2.1.1 Основной курс

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Трудоёмкость, объёмы учебной работы и наполняемость групп обучающихся | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Период обучения (модуль) | Контактная работа обучающихся с преподавателем | | | | | | | | | | | | | | Самостоятельная работа | | | | | Объём активных и интерактивных форм учебных занятий | Трудоёмкость |
| лекции | семинары | консультации | практические занятия | лабораторные работы | контрольные работы | | коллоквиумы | текущий контроль | промежуточная аттестация | итоговая аттестация | под руководством преподавателя | | в присутствии преподавателя | сам. раб. с использованием методических материалов | текущий контроль (сам. раб.) | промежуточная аттестация (сам. раб.) | | итоговая аттестация (сам .раб.) |
| ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| очная форма обучения | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Семестр 7 | 30 |  |  |  |  |  | |  |  | 2 |  |  | |  | 16 | 12 |  | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  | 30 | 4 |
| итого | 30 |  |  |  |  |  | |  |  | 2 |  |  | |  | 16 | 12 |  | |  |  |  |
| Формы текущего контроля успеваемости, виды промежуточной и итоговой аттестации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Период обучения (модуль) | | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости | | | | | | Виды промежуточной аттестации | | | | | Виды итоговой аттестации  (только для программ итоговой аттестации и дополнительных образовательных программ) | | | |
| ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| очная форма обучения | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Семестр 7 | | | | | | |  | | | | | | зачет | | | | |  | | | |

2.2. Структура и содержание учебных занятий

Основной курс Основная траектория Очная форма обучения

Период обучения (модуль): Семестр 7

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование темы (раздела, части) | Вид учебных занятий | Количество часов |
|  | CR и лоббизм: основные концепции и подходы. Смежные понятия | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Объекты лоббистской и GR-деятельности. Типология GR и лоббизма | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Законодательное регулирование лоббистской деятельности. Национальная и региональная специфика | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Основные технологии GR. Реализация программ корпоративной социальной ответственности, политический фандрайзинг и спонсорские программы, участие в экспертных советах и т.д. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Основные технологии лоббизма. Технологии гражданского лоббизма. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Общественные организации как инструмент донесения позиции бизнеса до политических стейкхолдеров. РСПП, «Деловая Россия», «Опора России» и др. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Представители власти как непосредственные участники GR-процесса. Психологи чиновников, искусство влияния | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | GR как профессиональная деятельность. Профессиограмма GR-cпециалиста, знания и навыки. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | GR в условиях развития социальных сетей. Новые возможности влияния в условиях развития интернета и мобильных коммуникаций. Электронное взаимодействие и участие | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Организационные основы GR-деятельности. Структура GR-служб. Оценка эффективности, основные методики. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Информационно-аналитическая деятельность в GR. Способы и методы исследований в процессе осуществления профессиональной деятельности. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Стратегии и модели использования СМИ в GR. Медиарилейшнз как технология влияния на представителей власти. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Особенности отраслевого лоббизма. Лоббисткие кампания в различных отраслях бизнеса. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Использование технологий grassroots: возможности и ограничения. Зарубежный и российский опыт использования grassroots. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |
|  | Этические перспективы GR и лоббизма. Этические нормы и противоречия в GR- и лоббизме. | лекции | 2 |
| семинарские занятия | 0 |
| по методическим материалам | 0 |

Раздел 3. Обеспечение учебных занятий

**3.1.** Методическое обеспечение

1. Методические указания по освоению дисциплины

На занятиях используется мультимедиа–проектор (или компьютерный класс) для проведения презентаций и демонстрации других материалов занятий.

Аудиторная работа обеспечивается наличием всего комплекса учебно-методических материалов, нормативных и учебных документов по материалам учебных разделов курса, доступностью справочной информации также возможностью сбора, получения, анализа любых данных.

Неавторизованное использование чужих разработок не допускается.

3.1.2 Методическое обеспечение самостоятельной работы

При проведении занятий и организации самостоятельной работы слушателей используются учебно-методические материалы, размещенные на официальном сайте: http://jf.spbu.ru.

1. Методика проведения текущего контроля успеваемости, текущей и промежуточной аттестации и критерии оценивания

Студент должен посетить не менее 85 % лекций либо сдать коллоквиум по литературе.

Промежуточный контроль осуществляется в форме зачета.

Форма проведения зачета - устная

На подготовку ответа студенту дается 5 минут.

Оценка «Зачтено» ставится, если студент ответил на два предложенных вопроса, выполнил предложенное задание, а также посетил не менее 85% лекций. Оценка «Не зачтено» ставится, если студент не смог ответить на предложенные вопросы и/или посетил менее 85% лекций.

1. Методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (контрольно-измерительные материалы, оценочные средства)

Вопросы к зачету

1. Понятия «Government Relation» и «лоббизм»: общее и особенное

2. GR и PR: соотношение понятий

3. Лоббизм и advocacy: соотношение понятий

4. Основные технологии GR-деятельности

5. Основные технологии лоббистской деятельности

6. Субъекты GR- и лоббистской деятельности.

7. Объекты GR- и лоббистской деятельности.

9. Компетентностные требования к профессиональной подготовке специалистов по связям с органами государственной власти.

10. Правовое регулирование GR- и лоббистской деятельности.

11. Этическое регулирование GR- и лоббистской деятельности.

12. Проблема эффективности лоббистской и GR-деятельности.

13. Методология и параметры оценки лоббистской и GR-деятельности.

14. Системный подход к GR-деятельности.

15. Проблема коррупции в контексте взаимодействия бизнеса и государства.

16. Антикоррупционная политика в преобразовании отношений между государством и бизнесом в современной России.

17. Позиции по отношению к лоббистскому регулированию в регулируемых и нерегулируемых правовых пространствах.

18. Природа лоббистской деятельности в США, Канаде, ЕС, Германии

1. Методические материалы для оценки обучающимися содержания и качества учебного процесса

Оценка обучающимися содержания и качества учебного процесса осуществляется в рамках ежегодного анкетирования студентов Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» по всем дисциплинам текущего учебного года.

Анкета-отзыв на дисциплину «GR и лоббизм. Искусство влияния»

Просим Вас заполнить анкету-отзыв по прочитанной дисциплине. Обобщенные данные анкет будут использованы для ее совершенствования. По каждому вопросу проставьте соответствующие оценки по шкале от 1 до 10 баллов (обведите выбранный Вами балл). В случае необходимости впишите свои комментарии.

1. Насколько Вы удовлетворены содержанием дисциплины в целом?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. Насколько Вы удовлетворены общим стилем преподавания?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Как Вы оцениваете качество подготовки предложенных методических материалов?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Насколько Вы удовлетворены использованием преподавателями активных методов обучения (электронные версии занятий, интерактивные лекции, компьютерный анализ качества объектов учебного процесса и т.п.)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Какую из тем дисциплины Вы считаете наиболее полезной, ценной с точки зрения дальнейшего обучения и/или применения в последующей практической деятельности?

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Что бы Вы предложили изменить в методическом и содержательном плане для совершенствования преподавания данной дисциплины?

Комментарий\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

СПАСИБО!

3.2. Кадровое обеспечение

3.2.1 Образование и (или) квалификация преподавателей и иных лиц, допущенных к  
проведению учебных занятий

К чтению лекций должны привлекаться преподаватели, имеющие ученую степень и/или ученое звание, имеющие опыт планирования и организации учебного процесса, а также главные и ведущие специалисты в этой области.

Требования к квалификации преподавателей могут быть изменены по решению Ученого совета Института "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций".

3.2.2 Обеспечение учебно-вспомогательным и (или) иным персоналом

Не предусмотрено.

3.3. Материально-техническое обеспечение

1. Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Количество посадочных мест должно быть не менее количества обучающихся в группе.

1. Характеристики аудиторного оборудования, в том числе неспециализированного компьютерного оборудования и программного обеспечения общего пользования

Оборудование, позволяющее демонстрировать компьютерные презентации. Программное обеспечение: MS Office 2007 и выше, совместимые с Windows программы (Adobe flash player и т.д.).

Доска или флипчарт для оперативных записей и рисунков.

1. Характеристики специализированного оборудования

Не предусмотрено.

1. Характеристики специализированного программного обеспечения

Не предусмотрено.

1. Перечень и объёмы требуемых расходных материалов

Фломастеры цветные, губки, иное по предварительной заявке.

3.4. Информационное обеспечение

3.4.1 Список обязательной литературы

1. GR: теория и практика : учебник / под ред. И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. – СПб.: Изд-во С.Петерб.ун-та, 2013. – 180 с.
2. Кривоносов А.Д., Филатова О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью. СПб.: Питер, 2011. 384 с
3. Новые идеи в теории и практике коммуникации: [ДИСК] [Электронный ресурс] : сборник / Санкт-Петербургский государственный университет (СПб.), Факультет журналистики: Кафедра теории коммуникации ; ред. С. Н. Большаков. - СПб. : СПбГУ, 2011. - 175 с.
4. Экономическая политология: отношения бизнеса с государством и обществом : учебное пособие / отв. ред. А. Д. Богатуров. М. : Аспект Пресс, 2012. 240 с.

3.4.2 Список дополнительной литературы

1. Автономов А.С. Азбука лоббирования. М.: ИРИС, 2004.112 с.

2. Бизнес и власть в России: теория и практика взаимодействия / науч. ред. и рук. авт. колл. А. Н. Шохин. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 352 с.

3. Бинецкий А.Э. Лоббизм в современном мире. М.: ТЕИС, 2004. 247 с.

4. Брыкин А.В. Взаимодействие с органами государственной власти или Government Relations в России. М.: Ид «Наука», 2013.

5. Быков И. А., Дорский А. Ю., Филатова О.Г. Government Relations Санкт-Петербурге: первые итоги исследования // ПОЛИТЭКС. 2014. Т. 9. N 3. C.252-262 .

6. Валитов Ш.М., Малыгин В.А. Взаимодействие власти и бизнеса. Сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность. М.: Экономика, 2009. 208 с.

7. Василенко И.А. Государственное и муниципальное управление. М.: Изд-во Юрайт, 2012. 431 с.

8. Государственная политика и управление. Учебник в 2 ч./ Под ред. Л.В. Сморгунова. М., 2007.

9. Зяблюк Н. Г. Лоббизм и судебная система США. – М.: ИСКРАН, 2002.

10 Зяблюк Н. Г. Общественные интересы в политическом процессе США. – М.: ИСКРАН, 2004.

11. Зяблюк Н.Г. Практика лоббистской деятельности в США. М.: ИСКРАН, 1994.

12. Ильичева Л. Е. Лоббизм и корпоративизм. М.: «Экономика». 2002.

13. Лепехин В. А. Лоббизм. М.: Фонд «IQ». 1995.

14. Любимов А.П. История лоббизма в России. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2005. 208 с.

15. Максимов Д.А., Толпегин П.В. Проблемы взаимодействия власти и бизнеса в современной России. М.: ЛЕНАНД, 2009. 144 с.

16Минтусов И.Е., Филатова О.Г. Концепции корпоративной социальной ответственности и корпоративного гражданства в политической перспективе: российский аспект // Корпоративная социальная ответственность: экономические модели - мораль - успех - устойчивое развитие» /под ред. А.Крылова. Берлин: Вест-Ост Институт, 2013. С. 324-327.

17. Павроз А. В. Группы интересов и лоббизм в политике: Учебное пособие. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. 186 с.

18. Павроз А. В. Группы интересов и трансформация политического режима в России. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2008.

19. Павроз А. В. Законодательное утверждение лоббизма в России в контексте глобальной конкуренции юрисдикций // Государственная служба. 2011. № 3 (71). С. 15–17. http://downloads.pavroz.ru/files/pavrozaktualiobbizm.pdf

20. Павроз А. В. Теория политического плюрализма: сущность, противоречия, альтернативы. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2009

21. Павроз А.В. Government Relations как институт социально-политического взаимодействия // ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза: Альманах. Вып. 2. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2005. С. 238–252. http://www.politex.info/content/view/138/30/

22. Перегудов С.П. Крупная корпорация как субъект публичной политики. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 168 с.

23. Соловьев А.И. Принятие государственных решений: учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. М.: КНОРУС, 2009.

24. Толмачева И. Лоббизм по-русски. Между бизнесом и властью. М.: Эксмо, 2011. 320с.

254. Толстых П.А. Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации. – М.: Изд-ва: Канон+ / Реабилитация, 2006. 280 с.

26. Толстых П.А. CR. Практикум по лоббизму в России. М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. 379 с.

27. Уколов В. Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества : Учебник. М. : Экономика, 2009. 621 с.

28.Фельдман П.Я. Лоббизм: теория и практика. М.: Горячая линия –Телеком, 2015. 120 с.

29.Филатова О.Г. GR в Интернете: взаимодействие органов власти, населения и бизнеса в пространстве Веб 2.0. // Научные труды Северо-Западного института РАНХ и ГС. СПб.: Изд-во СЗИ РАНХ и ГС, Т. 3.Вып.1(5) 2012. с. 417-425.

30.Филатова О.Г., Чугунов А.Ю. Электронное взаимодействие между обществом и властью: формирование концепции и практика реализации в России // Управленческое консультирование. 2013. 2013. №8 (56). С. 57-68.

31.Филатова О.Г. Взаимодействие представителей органов исполнительной власти с общественностью в современной интернет-среде: региональный аспект // PR в изменяющемся мире: региональный аспект. Сборник статей. Вып 9. / Под ред. М.В. Гундарина, А. Г. Сидоровой, Ю. В. Явинской. - Барнаул: изд-во Алт. ун-та, 2012. С. 72-82.

31.Филатова О.Г. Краудсорсинговые проекты: эффективное взаимодействие власти и населения «открытого государства» // Актуальные проблемы связей с общественностью в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. Сборник научных статей / под. ред. С.Ю. Чимарова, Г.С. Мельник, Т.Г. Рябовой; Сев.-Зап. ин-т упр. – СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2012. С.206-214.26. Чари Р., Хоген Дж., Мерфи Г. Мировая компаративистика регулирования лоббистской деятельности. М., 2011.

32. GR-связи с государством. Теория, практика и механизмы взаимодействия бизнеса и гражданского общества с государством / Под ред. Л. Сморгунова и Л.Тимофеевой. М.:Российская политическая энциклопедия, 2012. 408 с.

33. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник. Под ред. В.А. Ачкасовой, И.Е. Минтусова, О.Г. Филатовой. М.: Юрайт, 2015.

Разработчик программы

Филатова Ольга Георгиевна, кандидат философских наук, доцент, кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, 06.09.2015