

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины «GR-связи с органами государственной власти»

Направление подготовки – 38.04.04 «Государственное и муниципальное управление»

Направленность (профиль) – «Государственное управление социально-экономическим развитием региона»

Уровень высшего образования – магистратура

Цель изучения дисциплины	Изучение базовых принципов и механизмов лоббирования, стратегии и тактики GR-менеджмента, и освоение основных форм и методов работы в области взаимодействия с органами государственной власти и управления.
Задачи	<ul style="list-style-type: none"> - познакомить обучающихся с основными определениями и содержанием понятия GR и лоббизма; - обеспечить формирование знаний и навыков в сфере GR-анализа; - формирование знаний и навыков в сфере GR-проектирования; - формирование знаний и навыков в GR-менеджмента на стратегическом и оперативном уровнях, тех или иных способов оказания государственно-политического воздействия, различным формам и методам лоббирования.
Содержание разделов и тем дисциплины	<p>Раздел 1. Теоретико-методологические основы анализа процессов лоббирования и осуществления взаимодействия с государственными органами:</p> <p>Тема 1.1. Government Relations (GR) как многомерный объект анализа и специфическая сфера управления и коммуникации: «Взаимодействия (взаимоотношения и взаимосвязи) с государством» (Government Relations - GR) в социально-политическом и управленческом процессе как предмет изучения прикладной политологии и государственной политики, политического управления и корпоративного менеджмента. Современный GR-анализ, GR-проектирование и GR-менеджмент в структуре теории и практики публично-государственной политики (Public Policy) и политического менеджмента (Political Management). GR как сфера межсекторального регулирования и межорганизационного управления. GR в комплексе социально-политических коммуникаций и информационных потоков. GR-менеджмент корпорации как совокупность форм и методов её поведения в социально-политическом макрокружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических, законодательных и административных решений. Интерпретация лоббирования в аспекте технологий воздействия негосударственного агента на государственные центры принятия решений (ЦПР), частной корпорации на орган публичной власти. Развитие GR как нового направления политического и корпоративного менеджмента на рубеже тысячелетий.</p> <p>Тема 1.2. Лоббирование и взаимодействие с государственными органами. Особенности межсекторального и межорганизационного взаимодействия: Общая категория взаимодействий с государством (Government Relations). Соотношение понятий «лоббирование» и «взаимодействие с государством». Различие между понятиями «связи с госу-</p>

дарством» (GR) и «связи с общественностью» (PR). GR Публично-государственная и частно-корпоративная сферы современной политики в условиях глобализации. Взаимоотношение основных секторов общества на макросоциальном уровне: публично-государственного (1-го сектора), бизнес-корпоративного (2-го сектора) и общественно-некоммерческого (3-го сектора). Модели «социетального неокорпоративизма» и «сетевого общества». Особенности межсекторального и межорганизационного взаимодействия в комплексных системах управления.

Учет формальной и неформальной структуры организаций в ходе лоббирования и GR. Виды иерархий в государственных организациях. Статусы и ранги, функции и положения. Организационный дизайн президентской администрации и кабинета правительства, министерств и ведомств. Специфика организации нижней и верхней палат парламента. Функциональная специализация в ходе принятия решений. Отраслевые департаменты и территориальные агентства. Комитеты и подкомитеты. Службы аппарата и управления делами. Совещательно-консультативные общественные органы (QUANGOs). Регламенты в деятельности государственных организаций.

Внутри- и межорганизационные отношения. Интеракции между центральными, отраслевыми и территориальными подразделениями государственного аппарата. Виды интеракций. Политические коммуникации и система внутригосударственного документооборота. Ведомственные согласования и рабочие совещания. Внутриаппаратные и межведомственные конфликты. Способы разрешения политико-административных конфликтов по поводу публичных решений. Внутри- и межведомственное взаимодействие в сфере внешнеэкономической политики.

Тема 1.3. Политико-управленческие сети в процессе продвижения государственных решений:

Сетевой подход как методологическая база анализа системы взаимоотношений в GR - государственных акторов и негосударственных «стейкхолдеров» (stakeholders). Методология сетевого анализа. Сетевые карты в анализе GR. Центры принятия решений и отраслевые управленческие сети. Основные элементы политических сетей: акторы, их роли, ресурсы, связи и пр. Кластеры политических акторов. Социальная диспозиция и дистанция. «Зона» публичного решения. Социальные адресаты и объекты регулирования.

Стратегии и интересы политических акторов в отраслевых управленческих сетях. Государственные руководители и чиновники, депутаты и лоббисты в политико-управленческих сетях. «Коалиции поддержки» решений. Элита и бюрократия как государственные акторы. Конкурирующие элитные и бюрократические группировки. Природа ведомственных корпораций и аппаратных клиентов в России. Место советников и экспертов. Группы давления и политические партии как негосударственные акторы, продвигающие альтернативные варианты решений. Роль крупного бизнеса и СМК. Международные и зарубежные объединения, транснациональные корпорации и социальные движения. Определение «оптимальной формулы» социальных интересов в решениях. Со-

отношение общенародных и национально-государственных интересов с частно-групповыми и индивидуально-персональными интересами.

Раздел 2. Общая структура взаимодействия с государственными органами (Government Relations):

Тема 2.1 «Макроструктурный уровень»: внешняя социально-политическая среда GR:

Макросистема функционального представительства и каналы лоббирования социальных интересов. Проблемы организации «государственно-частного партнерства» в современной России. Социальная ответственность бизнеса и «корпоративное гражданство». Место и роль государственных и общественных институтов в системе лоббирования. Взаимосвязь между общеполитическим руководством и административным регулированием, партийным влиянием, корпоративным давлением и гражданским участием. Основные компоненты механизма принятия государственных решений в РФ. Типы государственных актов.

Влияние макроокружения на эффективность и результативность деятельности корпоративных акторов. Состав макроокружения – политическая, правовая, экономическая, социальная, технологическая компоненты. Макро-политический процесс как среда для микро-управленческого поведения корпорации. Структура политической среды. Роль политического и правового режима на федеральном и локально-региональном уровнях. Расстановка позиций и соотношение сил основных акторов, «участников-стейкхолдеров» (stakeholders) политико-управленческого процесса. Влияние макросоциальных и макро-политических факторов на изменение уровня трансакционных издержек корпорации.

Тема 2.2. «Микроструктурный уровень»: внутренняя структура работы по воздействию негосударственных организаций на государственные органы:

Взаимодействие различных государственных органов власти и управления с отдельными корпорациями национального крупного и среднего бизнеса, с подразделениями и представителями транснациональных корпораций на микро-социальном уровне как объект прикладного анализа и политического менеджмента. Общая структура среды корпорации: внутренняя среда организации, непосредственная среда и внешняя макросреда. Роль внутренней структуры корпорации в регулировании GR. Внутренняя среда ТНК и её подразделения в отдельных странах. Стратегический и оперативно-тактический уровни управления современной корпорацией. Политический менеджмент как система способов адекватного поведения в социально-политическом макроокружении и средств оптимизации факторов внешней среды для достижения стратегических целей корпорации. Основные фазы стратегического управления: анализ среды; определение миссии и целей; выбор стратегии; выполнение стратегии и оценка и контроль реализации стратегии.

Стратегирование (разработка стратегических целей) и стратегическое планирование (разработка стратегического плана) деятельности корпорации в условиях угроз и вызовов политической среды. Тактические формы и методы регулирования коммуникаций в

сфере GR.

Тема 2.3. *«Правила игры» в структуре Government Relations. Корпоративные этические кодексы и публичные правовые нормы:* Роль правил игры в GR. Социокультурные и нормативные факторы продвижения государственных решений. Ценностные ориентиры решений. Матрицы общественных, групповых и индивидуальных ценностей. Корпоративные ценности. Идеологические принципы и доктрины. Религиозные постулаты и традиционные мифологемы. Культурные стереотипы и обычаи.

Правила и нормы как ограничители поведения лоббистов и ЛПР. Виды нормативных регулятивов. Моральные максимы. Профессиональный этос политиков. Этический кодекс государственной службы. Учет иерархии правовых актов и их норм при подготовке публичных решений. Международно-правовые нормы. Конституционные принципы и нормы законодательства. Нормы административного права. Диапазон соблюдения официальных норм. Политические правила. Принцип целесообразности и стратагемы. Неофициальные правила игры и «телефонное право». Соотношение формальных и неформальных, «писанных» и «неписанных» правил при принятии публичных решений в современной России. Типы нормативных стилей и репертуаров. Корпоративные кодексы в крупном и среднем бизнесе. Этические нормы и профессиональный кодекс политических консультантов. Основные правила политического консультирования. Учет культурно-исторических, правовых и социально-психологических параметров в консалтинге. Проблемы преодоления коррупции и правового регулирования лоббистской деятельности в современной России.

Раздел 3. Основные фазы цикла работы по взаимодействию с государственными органами:

Тема 3.1. *Анализ, проектирование и имплементация в современных процессах GR-менеджмента:*

Динамический цикл работы по взаимодействию с государственными органами. Основные фазы в цикле регулировании сетевых взаимоотношений бизнеса и государства: прикладной GR-анализ и социально-политическая экспертиза сетевых отношений; GR-проектирование кооперативных решений (разработка планов кампаний, проектов нормативных актов, совместных программ и соглашений); GR-технологии и реализация совместных проектов в рамках «государственно-частного партнерства». Специфика управленческих процессов и циклов принятия стратегических решений в государственных и корпоративных организациях. Проблема синхронизации циклов управления в GR.

Прикладной GR-анализ внешней среды бизнеса. Определение миссии и выбор стратегии. Компоненты базовой модели политической ситуации для анализа проблем корпоративного клиента: пространственно-временной континуум; нормы (правила игры); факторы; позиции и диспозиции акторов; их ресурсы и потенциал; стратегии акторов; тактические акции и интеракции. Баланс и дисбаланс политических сил в анализе преодолеваемой проблемной ситуации. GR-проектирование: разработка планов кампаний, проектов нормативных актов, совместных программ и соглашений с другими «стейкхолдерами». GR-менеджмент корпорации

как реализация совокупности форм и методов воздействия в социально-политическом макроокружении, способов влияния на центры принятия и реализации политических и административно-государственных решений. Лоббирование как комплекс технологий воздействия частной корпорации на публичные органы власти. GR-менеджмент как специфическое направление разработки технологий политического управления.

Тема 3.2. Планирование GR-кампаний:

Проведение отдельных политических кампаний во внешней среде корпоративного управления и их роль в стратегии и тактике GR-менеджмента. Взаимосвязь задач отдельных кампаний с общекорпоративной стратегией и функциональной стратегией работы GR-департамента. Стратегические программы и тактические планы. «Древо» стратегических целей и тактических задач. Долгосрочное GR-стратегии и бренд-мейкинг. Конструирование планово-проектной модели, стратегии и тактики отдельной GR-кампании.

Разработка концептуальных проектов (концепций) и рабочих планов проведения GR-кампаний. Создание внутриорганизационных рабочих групп и участие внешних консультантов в режиме аутсорсинга. Функциональный и профессиональный состав группы разработчиков. Постановка задач руководством корпорации на разработку проекта и ожидаемых результатов GR-кампании. Стратегирование GR-кампании как формулирование стратегических целей и оптимальной стратегии политического поведения корпорации. Роль сетевого картирования, определение положения корпоративного клиента и других стейкхолдеров в оценке динамике политической ситуации. политической кампании. Составление базовой концепции и бюджета политической кампании. Рабочий план проведения кампании: его этапы, направления и мероприятия (акции), ресурсы и участники, сроки и исполнители, адресные группы и точки доступа.

Организационная работа по проведению GR-кампаний. Функциональная структура и текущая работы GR-департамента по реализации отдельных мероприятий. Рабочие и координационные совещания. Выработка адекватных тактических путей и средств, системы мероприятий и действий для корпоративного клиента. Оценка места и роли отдельных стейкхолдеров. Аккумуляция и агрегирование различных видов ресурсов при организации кампании. Построение коалиций и блоков. Анализ краткосрочных результатов и долгосрочных последствий проведения GR-кампании. Тактические формы и методы регулирования коммуникаций в сфере GR. Оценка промежуточных итогов и контроль реализации стратегии. Примеры и кейсы по организации и проведению отдельных GR-кампаний в Госдуме РФ в последнее десятилетие.

Тема 3.3. Реализация GR-технологий воздействия на принятие государственных решений:

Роль тактики лоббистской деятельности и GR-технологий в реализации стратегии GR-менеджмента. Соотношение стратегической и оперативно-тактической деятельности. Тактика лоббирования как совокупность форм и методов давления на ЛПП и ЦПР. Технологии GR-работы как управленческий комплекс легальных способов политической коммуникации, взаимодействия и воздей-

	<p>ствия на отраслевую сеть стейкхолдеров.</p> <p>Разработка современных GR-технологий в крупных корпорациях и ТНК (in house), консалтинговых фирмах (out sourcing), НКО (NGO) и деловых ассоциациях (business associations). Технологии коммуникативного менеджмента и интегрированной коммуникации. Соединение PR-технологий с GR-работой. PR-сопровождение и юридическое обеспечение. Агитационная работа и связь со СМИ. Рекламная экспансия. Современные «мягкие технологии» (soft power). Технологии «организации событий» (event & issue management). Технологические цепочки и каналы ресурсообмена. Специфика воздействия на различных этапах процесса принятия политических решений (подготовки альтернативных проектов, выбора окончательного варианта, его реализации и т.д.). Определение «точек доступа» к ЦПР. Взаимодействие с влиятельными группами и организациями. Распределение функциональных обязанностей и создание групп и коалиций поддержки корпорации. Особенности лоббирования в представительных и исполнительных органах власти в современной России.</p> <p>Тактика лоббирования как комбинирование и маневрирование различными средствами политического давления. Определение, выбор и сочетание тактических средств. Основные формы и методы лоббирования. «Прямые» и «непрямые» методы лоббирования. Комбинирование открытых и теневых, парламентских и внепарламентских способов воздействия. Методы мобилизации поддержки «снизу» и тактика «grassroots». Корректировка тактических действий в ходе кампании. Тактика нейтрализации конкурентов. Методы маневрирования и компромиссов. Приемы наступательной и оборонительной борьбы. Официальные и теневые каналы давления. Мобилизация ресурсов, организация давления и преодоление сопротивления в процессе принятия политических решений. Способы блокирования актов, инициированных конкурентами. Блокировка решения решением. Незаконные и нелегальные формы воздействия на прохождение проекта решения. Коррупционные методы.</p> <p>Раздел 4. Организация работы GR-подразделений в негосударственных структурах:</p> <p>Тема 4.1. Современные формы организации работы GR-служб:</p> <p>Основные формы организации GR-работы: внутреннее специализированное подразделение; аутсорсинговые GR-фирмы; GR-службы профессиональных ассоциаций; персональные возможности топ-менеджеров. Использование персональных ресурсов и личных связей руководителей компаний. Кооперация отраслевых фирм при GR-работе профессиональной ассоциации. Специфика GR в РСПП.</p> <p>Консультирование в аутсорсинговой GR-фирме как форма экспертной деятельности. Основные функции и задачи политического консультирования. Передача в аутсорсинг непрофильных, вспомогательных функций системы Government Relations: аналитики ключевых стейкхолдеров и мониторинга изменений в законодательстве, управления проблемными вопросами (issue management) и т.д. Видение экспертом картины в целом. Выбор целей и фокусирование мишеней. Дистанция между консультан-</p>
--	--

том и клиентом. Правило малых шагов. Правило здравого смысла. Роль конфиденциальности в консалтинге. Типы и направления GR-консультирования. Нормативное и проблемное консультирование. Консультирование проектов и процессов. Консалтинг через обучение. Различия между «дженералистами» и «специалистами» в консалтинге.

Работа PR и GR-менеджеров в «первом», «втором» и «третьем» секторах. Отделы PR в государственных организациях. Сущность «публик рилейшнз» в государственном управлении. Ограничения PR в деятельности государства. Деятельность PR-отделов в системе государственного управления. Функции и структура PR-отделов. Информационные технологии в деятельности PR-отделов.

Тема 4.2 Специфика GR-работы в крупных корпорациях и ТНК:

Особенности GR-работы в крупной российской корпорации. Опыт работы в условиях «естественных монополий». Переговорные площадки бизнеса и государства: консультативно-совещательные советы при государственных органах (Правительство РФ и др.); федеральные (РСПП, ТПП), отраслевые ассоциации (Топливный Союз и др.) и региональные клубы; рабочие встречи, конференции, совещания и форумы. Крупные корпорации ТЭКа и российское государство. Особенности отношений корпораций и их группировок и государства: на уровне президентской администрации; на уровне правительства, министерств и ведомств; в сфере законодательных учреждений (Государственная Дума); в регионах и округах; в области международной деятельности государства. Механизмы лоббистских практик: прямой и косвенный, внутренний лоббизм. Факторы, определяющие эффективность лоббистской деятельности в ТЭКе.

Специфика GR-работы в ТНК. Стратегии транснациональных корпорации (ТНК) и транснациональные банки (ТНБ) в современной мировой и национально-государственной политике. Виды и структуры ТНК и ТНБ. Противоречия между стратегиями государства и ТНК в рамках мировой и национальной экономики. Определение роли ТНК в национальной политике государства. Формы и методы международного лоббирования (на примере лоббирования со стороны ТНК). Специфика евролоббирования и действия ТНК на различных этапах процесса принятия решений в ЕС. Работа с новым российским типом внешнеполитических акторов и способов продвижения их интересов на внешних рынках (на примере ТНК ЛУКОЙЛ). Роль «международных нефтяных акторов» во внешней и внутренней политике государства. Использование зарубежного опыта и западных технологий лоббирования.

Тема 4.3. Особенности ведения GR в административно-исполнительных и представительско-законодательных органах:

Особенности ведения GR-работы для корпоративных и предпринимательских структур в различных государственных органах: Различия в организационной структуре и институциональной природе агентов, принимающих законодательные и административные решения. «Горизонтальная» координация и «вертикальная» субординация. «Мягкие» и «жесткие» иерархии. Различные виды «коалиций поддержки» решений. Прямая и опосредованная

	<p>ответственность при делегировании властных полномочий. Отличия между голосованием и согласованием при принятии решения. Парламентская и бюрократическая культуры. Особенности регламентов и процедур.</p> <p>Лоббирование на федеральном и локально-региональном уровнях. Специфика политического соглашения и торга в парламентских и административных учреждениях. Взаимовлияние депутатов и чиновников на принятие законодательных и административных решений. «Доступ» к Администрации Президента. Указы и распоряжения российского президента. Принятие и исполнение бюджетного решения. Бюджетный лоббизм как многоуровневая и комплексная совокупность решений и действий, процедур и операций. Проблемы и трудности лоббирования при принятии бюджетных решений в современной России. Процесс политического консультирования в GR-службе: основные стадии и организационные компоненты. Рекомендации к выработке и продвижению варианта решения частной корпорацией.</p>
--	---