

Государственное образовательное учреждение высшего образования
**«КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ АКАДЕМИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ»
(ГОУ ВО КРАГСиУ)**

**«КАНМУ СЛУЖБАӦ ДА ВЕСЬКӦДЛЫНЫ ВЕЛӦДАН КОМИ
РЕСПУБЛИКАСА АКАДЕМИЯ»**
вылыс тшупӧда велӧдан канму учреждение
(КСдаВВКРА ВТШВ КУ)

Утверждена в структуре
ОПОП 38.03.04 Государственное и муниципальное управление
(решение Ученого совета
От 17.06.22 № 12)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «GR – ТЕХНОЛОГИИ»

Направление подготовки – *38.03.04 Государственное и муниципальное управление*

Направленность (профиль) – *«Государственное и муниципальное управление»*

Уровень высшего образования – магистратура

Форма обучения – очная, заочная

Год начала подготовки – 2022

Сыктывкар
2022

Рабочая программа дисциплины «GR-технологии и» составлена в соответствии с требованиями:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (*уровень бакалавриата*), утвержденного приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1016;

- Приказа Минобрнауки России «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 06.04.2021 № 245;

- учебного плана ГОУ ВО «Коми республиканская академия государственной службы и управления» по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление (*уровень бакалавриата*) направленность (профиль) «Государственное и муниципальное управление».

1. Цели и задачи учебной дисциплины

1.1. Цель изучения учебной дисциплины

Цель освоения дисциплины «GR-технологии» со-стоит в определении базовых понятий GR и лоббизма, основных GR-технологий и технологий лоббистской деятельности, особенностей профессиональной работы в условиях развития социальных медиа; умении выделять основные субъекты и объекты GR, овладении навыками планирования и организации мероприятий в области связей с общественностью, управлении деятельностью в сфере профессиональных компетенций GR-специалиста.

1.2. Задачи учебной дисциплины

Задачами освоения дисциплины «GR-связи с органами государственной власти» являются:

- познакомить обучающихся с основными определениями и содержанием понятия GR и лоббизма;
- познакомить обучающихся с основными методами, формами и приемами GR-связей с органами государственной власти, технологиями в сфере взаимодействия органов государственного и муниципального управления и бизнеса, НКО; технологиями лоббистской деятельности;
- познакомить обучающихся со сравнительной характеристикой GR коммерческого и некоммерческого сектора;
- научить обучающихся конструировать мероприятия в области связей с общественностью.

1.3. Виды компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Изучение дисциплины «GR-связи с органами государственной власти» направлено на формирование следующих компетенций:

1) общепрофессиональные:

- ОПК-7. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.

3) профессиональные:

- ПК-2 Способность использовать современные методы диагностики, анализа и управления социально-экономическими системами, а также методами принятия решений и их реализации на практике
- ПК- 3 Способен принимать и исполнять управленческие решения в сфере государственного и муниципального управления, анализировать результаты и последствия их реализации

1.4. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «GR-технологии» является обязательной для изучения, относится к *обязательной части* программы Блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

2.1. Изучение дисциплины «GR-технологии» направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижений, заявленных в образовательной программе:

1) общепрофессиональные

Формируемые компетенции (код, наименование компетенции)	Код и наименование индикатора достижений компетенций	Содержание индикатора достижений компетенций
ОПК-7. Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации.	ОПК-7. И-1. Осуществляет внутриорганизационные и межведомственные коммуникации в сфере публичного управления, а также коммуникации с негосударственными институтами, средствами массовой информации и гражданами.	ОПК-7. И-1. 3-1. Знает принципы формирования внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций ОПК-7. И-1. 3-2. Знает основы взаимодействия с общественностью ОПК-7. И-1. 3-3. Знает специфику взаимодействия с общественностью в органах публичного управления ОПК-7. И-1. У-1. Умеет применять на практике технологии связей с общественностью в органах публичного управления

2) профессиональные

Формируемые компетенции (код, наименование компетенции)	Формируемая трудовая функция (наименование)	Код и наименование индикатора достижений компетенций	Содержание индикатора достижений компетенций
ПК-2 Способность использовать современные методы диагностики, анализа и управления социально-экономическими системами, а также методами принятия решений и их реализации на практике		ПК-2 И-1 Применяет инструменты научного познания и практики исследования в системе государственного и муниципального управления	ПК-2 И-1 3-1 Знает направления современных научных исследований в сфере государственного и муниципального управления; ПК-2 И-1 3-2 Знает наиболее острые проблемы современных социально-экономических процессов и подходов к их исследованию в рамках конкретных направлений современной экономической теории ПК-2 И-1 У-1 Умеет работать с первоисточниками, анализировать научные литературные источники, критически оценивать теорию и концепции ПК-2 И-1 У-2 Умеет применять

			категориальный и методологический аппарат современной экономической науки, методы исследования социально-экономических процессов
ПК- 3 Способен принимать и исполнять управленческие решения в сфере государственного и муниципального управления, анализировать результаты и последствия их реализации		ПК-3 И-1 Демонстрирует способность принятия и исполнения управленческого решения	ПК-3 И-1 З-1 Знает методологические основы разработки управленческих решений ПК-3 И-1 З-2 Знает способы определения параметров качества принятия и исполнения управленческих решений и осуществления управленческих процессов ПК-3 И-1 У-1 Умеет разрабатывать управленческие решения и оценивать их последствия – определять параметры качества принятия и исполнения управленческих решений и осуществления управленческих процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры; навыками оценки последствий принятия управленческих решений ПК-3 И-1 У-2 Умеет определять параметры качества принятия и исполнения управленческих решений и осуществления управленческих процессов, выявления отклонений и принятия корректирующих мер

2.2. Запланированные результаты обучения по дисциплине «GR-технологии» :

Должен знать: - структуру работы коллектива, технологии политико-коммуникативного свойства GR, факторы, влияющие на его динамику и основные тенденции развития GR в Западной Европе

- практику политических коммуникаций GR и политического консультирования в процессе принятия государственно-административных и политических решений

Должен уметь: - развивать практические навыки в сфере организации работы в коллективе, исполнять свои обязанности творчески во взаимодействии с органами государственной и муниципальной власти

- управлять коммуникационными потоками в сфере взаимодействия некоммерческих организаций, бизнеса, власти

- анализировать применение коммуникативных технологий и стратегии административно-политических связей бизнеса с общественностью, структурирования политико-коммуникативного

- анализировать связи с органами государственной власти и стратегии административно-политических связей бизнеса с общественностью, структурирования политико-коммуникативного поля

3. Объём учебной дисциплины

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Распределение учебного времени
Контактная работа	36,25
Аудиторные занятия (всего):	36
<i>Лекции</i>	18
<i>Практические занятия</i>	18
<i>Лабораторные занятия</i>	
Промежуточная аттестация	
<i>Консультация перед экзаменом</i>	
<i>Экзамен</i>	
<i>Зачет</i>	0,25
<i>Контрольная работа</i>	
<i>Руководство курсовой работой</i>	
Самостоятельная работа	35,75
<i>Самостоятельная работа в течение семестра</i>	31,75
<i>Подготовка контрольной работы</i>	
<i>Написание курсовой работы</i>	
<i>Подготовка к промежуточной аттестации</i>	4
Вид текущей аттестации	Контрольная работа
Общая трудоёмкость дисциплины:	
<i>часы</i>	72
<i>зачётные единицы</i>	2

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Распределение учебного времени
Контактная работа	16,25
Аудиторные занятия (всего):	16
<i>Лекции</i>	8
<i>Практические занятия</i>	8
<i>Лабораторные занятия</i>	
Промежуточная аттестация	

<i>Консультация перед экзаменом</i>	
<i>Экзамен</i>	
<i>Зачет</i>	0,25
<i>Контрольная работа</i>	
<i>Руководство курсовой работой</i>	
Самостоятельная работа	55,75
<i>Самостоятельная работа в течение семестра</i>	51,75
<i>Подготовка контрольной работы</i>	
<i>Написание курсовой работы</i>	
<i>Подготовка к промежуточной аттестации</i>	4
Вид текущей аттестации	Контрольная работа
Общая трудоёмкость дисциплины:	
<i>часы</i>	72
<i>зачётные единицы</i>	2

4. Содержание тем учебной дисциплины

Наименование темы учебной дисциплины	Содержание темы
Тема 1. Теория GR: основные понятия и концепции (ОПК-7)	Понятие «Government Relations». Субъекты и объекты GR. Методология исследования GR и лоббизма. Профессиональные навыки, качества и знания GR-специалиста.
Тема 2. Технологические субъекты GR (ОПК-7, ПК-2)	GR-департамент. Организационная структура и функции. Консалтинговая компания. Типовые задачи, цикл и функции GR-консалтинга. Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-менеджеров.
Тема 3. Этика GR и лоббизма (ОПК-7, ПК-2)	Этика, мораль и нравственность: определение базовых понятий. Этика лоббизма и government relations как вид профессиональной этики. Общественное благо как нравственное основание GR и лоббизма. Кодексы профессионального поведения. Проблема реализации этических норм
Тема 4. Основные GR-технологии (ОПК-7)	Основные этапы GR-деятельности. Прямое взаимодействие с органами государственной власти. Воздействие на лиц, принимающих решения, через экспертное сообщество. Корпоративная социальная ответственность. Поддержка политической деятельности. Неэтичные GR-технологии: astroturfing, greenwashing, sockpuppeting
Тема 5. Стратегии и модели использования СМИ в GR (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Роль информации в принятии решений, проблема асимметричного распространения информации. СМИ как дистрибьютор информации и политического влияния. Медиастратегии в GR-деятельности. Информационная политика в GR-коммуникациях. Концепция ключевых сообщений и практика продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации. Инструменты и способы создания новостного повода.
Тема 6. GR-коммуникации в современной	Возможности GR-коммуникаций в Интернете. Веб 2.0 и социальные медиа: основные характеристики и функции.

интернет-среде (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	GR-технологии в эпоху социальных сетей. Риски и перспективы онлайн-коммуникаций.
Тема 7. Теория лоббизма (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Основные понятия и концепции. Группы интересов и лоббизм. Понятие лоббизма: основные традиции определения. Структура лоббистских отношений. Типология лоббизма. Основные технологии лоббирования. Основные модели отношения к лоббизму.
Тема 8. Современные теоретические подходы к изучению лоббизма (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Лоббирование интересов бизнеса в контексте теории выработки частного политического курса. Теория доступа, плюрализм, корпоративизм и сетевой подход к изучению лоббизма.
Тема 9. Законодательное регулирование лоббизма (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Традиции легального определения: США и Россия. Регистрация, отчеты и иные практики регулирования лоббизма. Основные стратегии регулирования лоббизма
Тема 10. Законодательный лоббизм в России (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Объекты законодательного лоббизма в Российской Федерации. Современные аспекты законодательного лоббизма. Другие возможности лоббизма в парламенте РФ
Тема 11. Лоббизм в ЕС (ОПК-7, ПК-2, ПК-3)	Брюссель как крупный лоббистский центр. Законодательные и общественные формы контроля за лоббистами в ЕС. Особенности лоббирования различных органов власти ЕС. Лоббисты ЕС. Общественные и частные интересы брюссельских лоббистов: общественные организации vs. Корпорации. Особенности лоббирования в ЕС.
Тема 12. Лоббизм в Германии (ПК-2, ПК-3)	Из истории лоббизма в Германии. Корпоративный лоббизм в Германии. Организация парламентской работы с лоббистами
Тема 13. Лоббизм в США (ПК-2, ПК-3)	Из истории лоббизма в США. Вашингтон как крупный лоббистский центр. Корпоративный лоббизм в США. Особая роль grassroots-лоббирования в США. Сравнение лоббизма в США и ЕС.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

5.1. Основная литература:

1. Государственный PR и Government Relations в России и Беларуси: основные тенденции / под ред. В.В. Грибанова, И.В. Сидорской, И.А. Быкова. – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. – 218 с.
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – 4-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. – 488 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>.

5.2. Дополнительная литература:

1. Крупенков, В.В. Государственные и бизнес-коммуникации / В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев. – М. : Евразийский открытый институт, 2011. – 115 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968>.
2. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847>.

3. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 260 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>.

4. Яшин, Б.Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций / Б.Л. Яшин. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 243 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211>.

5.3. Электронно-библиотечная система:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru).
2. Национальная электронная библиотека (<https://нэб.рф>).

5.4. Профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Справочно-правовая система «Гарант».
2. Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (www.biblioclub.ru).
4. Научная электронная библиотека (www.e-library.ru).
5. Национальная электронная библиотека (<https://нэб.рф>).

5.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://www.rsl.ru/> - Российская государственная библиотека;
2. <http://www.nel.nns.ru/> - Национальная электронная библиотека
3. <http://ec.europa.eu/> европейская комиссии

6. Средства обеспечения освоения учебной дисциплины

В учебном процессе при реализации учебной дисциплины ««GR-технологии»» используются следующие ресурсы:

Информационные технологии	Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем
Офисный пакет для работы с документами	Microsoft Office Professional Свободно распространяемое программное обеспечение Only Office. https://www.onlyoffice.com
Информационно-справочные системы Электронно-библиотечные системы	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
	Справочно-правовая система «Гарант»
	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
	Национальная электронная библиотека (https://нэб.рф) (в здании ГОУ ВО КРАГСиУ)
Электронная почта	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» https://cyberleninka.ru
	Российская научная электронная библиотека https://www.elibrary.ru
Средства для организации вебинаров, телемостов и конференций	Электронная почта в домене krag.ru Сервисы веб- и видеоконференцсвязи, в том числе BigBlueButton

Сопровождение освоения дисциплины обучающимся возможно с использованием электронной информационно-образовательной среды ГОУ ВО КРАГСиУ, в том числе образовательного портала на основе Moodle (<https://moodle.krags.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение освоения учебной дисциплины

При проведении учебных занятий по «GR-технологии» задействована материально-техническая база академии, в состав которой входят следующие средства и ресурсы для организации самостоятельной и совместной работы обучающихся с преподавателем:

- специальные помещения для реализации данной дисциплины представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

- лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся, которое оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации;
- компьютерные классы, оснащенные современными персональными компьютерами, работающими под управлением операционных систем Microsoft Windows, объединенными в локальную сеть и имеющими выход в Интернет;
- библиотека Академии, книжный фонд которой содержит научно-исследовательскую литературу, научные журналы и труды научных конференций, а также читальный зал;
- серверное оборудование, включающее, в том числе, несколько серверов серии IBM System X, а также виртуальные сервера, работающие под управлением операционных систем Calculate Linux, включенной в Реестр Российского ПО;
- сетевое коммутационное оборудование, обеспечивающее работу локальной сети, предоставление доступа к сети Интернет с общей скоростью подключения 100 Мбит/сек, а также работу беспроводного сегмента сети Wi-Fi в помещениях Академии;
- интерактивные информационные киоски «Инфо»;
- программные и аппаратные средства для проведения видеоконференцсвязи.

Кроме того, в образовательном процессе обучающимися широко используются следующие электронные ресурсы:

- сеть Internet (скорость подключения – 100 Мбит/сек);
- сайт <https://www.krags.ru/>;
- беспроводная сеть Wi-Fi.

Конкретные помещения для организации обучения по дисциплине «GR-технологии» определяются расписанием учебных занятий и промежуточной аттестации. Оборудование и техническое оснащение аудитории, представлено в паспорте соответствующих кабинетов ГОУ ВО КРАГСиУ.

РАЗДЕЛ II. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Важнейшим условием успешного освоения материала является планомерная работа обучающегося в течение всего периода изучения дисциплины. Обучающемуся необходимо ознакомиться со следующей учебно-методической документацией: программой дисциплины; учебником и/или учебными пособиями по дисциплине; электронными ресурсами по дисциплине; методическими и оценочными материалами по дисциплине.

Учебный процесс при реализации дисциплины основывается на использовании *традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий*

Традиционные образовательные технологии представлены *лекциями и занятиями семинарского типа (практические занятия)*.

Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Аудиторная работа обучающихся может предусматривать интерактивную форму проведения лекционных и практических занятий: *лекции-презентации, лекции-дискуссии, работа в малых группах, и др.*

Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы обучающихся в информационной образовательной среде.

Все аудиторские занятия преследуют цель обеспечения высокого теоретического уровня и практической направленности обучения.

Подготовка к лекционным занятиям

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные и наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации по подготовке к занятиям семинарского типа и самостоятельной работе. В ходе лекционных занятий обучающемуся следует вести конспектирование учебного материала.

С целью обеспечения успешного освоения дисциплины обучающийся должен готовиться к лекции. При этом необходимо:

- внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
- ознакомиться с учебным материалом лекции по рекомендованному учебнику и/или учебному пособию;
- уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- записать возможные вопросы, которые обучающийся предполагает задать преподавателю.

Подготовка к занятиям семинарского типа

Этот вид самостоятельной работы состоит из нескольких этапов:

- 1) повторение изученного материала. Для этого используются конспекты лекций, рекомендованная основная и дополнительная литература;
- 2) углубление знаний по теме. Для этого рекомендуется выписать возникшие вопросы, используемые термины;
- 3) подготовка докладов по темам, предлагаемым преподавателем.

При подготовке к занятиям семинарского типа рекомендуется с целью повышения их эффективности:

- уделять внимание разбору теоретических задач, обсуждаемых на лекциях;
- уделять внимание краткому повторению теоретического материала, который используется при выполнении практических заданий;
- выполнять внеаудиторную самостоятельную работу;
- ставить проблемные вопросы, по возможности использовать примеры и задачи с практическим содержанием;
- включаться в используемые при проведении практических занятий активные и интерактивные методы обучения.

При разборе примеров в аудитории или дома целесообразно каждый из них обосновывать теми или иными теоретическими положениями.

Активность на занятиях семинарского типа оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Организация самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся представляет собой процесс активного, целенаправленного приобретения ими новых знаний, умений без непосредственного участия

преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Задачами самостоятельной работы являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности обучающихся, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений.

При изучении дисциплины организация самостоятельной работы обучающихся представляет собой единство трех взаимосвязанных форм:

- 1) внеаудиторная самостоятельная работа;
- 2) аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя при проведении практических занятий и во время чтения лекций;
- 3) творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может давать разъяснения по выполнению задания, которые включают:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Достаточно часто преподаватель для тематических занятий семинарского типа поручает конкретным обучающимся подготовить доклад. При подготовке доклада, пользуясь различными источниками (учебной и специальной литературой, в том числе монографиями, диссертациями и статьями, информационными источниками, статистической информацией и т.д.), необходимо полностью раскрыть тему, последовательно изложить историю вопроса, имеющиеся точки зрения, собственные выводы. Необходимо избегать непроверенной информации, оговаривать легитимность источников. Обязательным является сопровождение доклада электронной презентацией, сделанной в редакторе Power Point. Электронная презентация включает: титульный слайд с указанием темы доклада, Ф.И.О. обучающегося; основные положения доклада, выводы и заключительный слайд со списком источников и благодарностью (8–10 слайдов). Слайды могут быть пронумерованы. Цветовой фон слайдов подбирается так, чтобы на нем хорошо был виден текст. Слушая доклады и выступления на семинаре или реплики в ходе дискуссии, обучающимся важно не только уважать мнение собеседника, но и использовать навыки активного или рефлексивного слушания (не перебивать, давая возможность полностью высказать свою точку зрения, непонятое уточнять, переформулируя высказанное и т.п.).

Подготовка к промежуточной аттестации

Видами промежуточной аттестации по данной дисциплине являются сдача *зачета*. При проведении промежуточной аттестации выясняется усвоение основных теоретических и прикладных вопросов программы и умение применять полученные знания к решению практических задач. При подготовке к *зачету* учебный материал рекомендуется повторять по учебному изданию, рекомендованному в качестве основной литературы, и конспекту.

Зачет проводится в назначенный день, по окончании изучения дисциплины. Во время контрольного мероприятия преподаватель учитывает активность работы обучающегося на аудиторных занятиях, качество самостоятельной работы, результативность тестовых заданий и т.д.

Изучение дисциплины с использованием дистанционных образовательных технологий

При изучении дисциплины с использованием дистанционных образовательных технологий необходимо дополнительно руководствоваться локальными нормативными актами ГОУ ВО КРАГСиУ, регламентирующими организацию образовательного процесса с использованием дистанционных образовательных технологий.

РАЗДЕЛ III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8. Контрольно-измерительные материалы, необходимые для проверки сформированности индикаторов достижения компетенций (знаний и умений)

8.1. Задания для проведения текущего контроля (контрольная работа)

1. Дайте характеристику особенностей феномена лоббизма в США. В чем особенности корпоративного лоббизма в США. Раскройте значение и сущность grassroots-лоббирования в США. В чем состоят отличительные характеристики феномена лоббизма в США и ЕС.

2. Дайте характеристику особенностей феномена лоббизма в Германии. В чем особенности корпоративного лоббизма в Германии. Раскройте значение и сущность организации парламентской работы с лоббистами. Приведите возможные примеры организации парламентской работы с лоббистами в Германии.

3. Дайте характеристику законодательных и общественных форм контроля за лоббистами в ЕС. В чем особенности лоббирования различных органов власти ЕС. Раскройте значение и сущность общественных и частных интересов брюссельских лоббистов. Приведите возможные примеры особенности лоббирования в ЕС.

4. Дайте характеристику законодательного регулирования лоббизма в России. В чем особенности объектов законодательного лоббизма в Российской Федерации. Раскройте значение и сущность законодательного лоббизма. Приведите возможные примеры возможности лоббизма в парламенте РФ.

5. Дайте характеристику законодательного регулирования лоббизма. В чем особенности лоббирования как традиций легального определения в США и России. Раскройте значение и сущность отчетности, регистрации, мониторинга и иные практики регулирования лоббизма. Как осуществляется стратегии регулирования лоббизма.

6. Дайте характеристику теоретических подходы к изучению лоббизма. В чем особенности лоббирования интересов бизнеса в контексте теории выработки частного политического курса. Раскройте значение и сущность концепций теории доступа, плюрализма, корпоративизма и сетевого подхода к изучению лоббизма.

7. Дайте характеристику функционирования в политическом управлении групп интересов и лоббистов, Раскройте значение и сущность структуры лоббистских отношений, раскройте содержание моделей отношения современного общества к феномену лоббизма.

8. Дайте характеристику GR-коммуникаций в Интернете, в чем состоят особенности применения Веб 2.0 и социальных медиа: основные характеристики и функции. GR-технологии в эпоху социальных сетей. Раскройте значение и сущность GR-технологии в условиях доминирования социальных сетей, раскройте значение риска применения онлайн-коммуникаций.

9. Дайте характеристику информации в принятии решений, раскройте значение СМИ как дистрибьютора информации и политического влияния, раскройте характеристику нравственной концепции ключевых сообщений и практики продвижения ключевых сообщений в средствах массовой информации, в чем проблема реализации этических норм.

10. Дайте характеристику каждому этапу GR-деятельности, приведите примеры из политической практики воздействия на лиц, принимающих решения, через экспертное сообщество, раскройте характеристику и значимость корпоративной социальной ответственности. Проанализируйте практику применения неэтичных GR-технологий.

11. Дайте характеристику этическим принципам лоббизма и government relations как вид профессиональной этики, раскройте характеристику нравственной сферы GR и лоббизма Проанализируйте на выбор Кодекс профессионального поведения лоббистов, в чем проблема реализации этических норм

12. Дайте характеристику организационной структуры и функции GR-департамента, дайте характеристику основных особенностей управленческих задач, цикла и функции GR-консалтинга.

13. Дайте характеристику содержательных элементов, дайте характеристики основных особенностей «Government Relations» и профессиональных навыков, качеств и знаний GR-специалиста.

8.2. Вопросы для подготовки к зачету

1. Подходы к определению понятия. GR как форма политической коммуникации.
2. Структура понятия GR. Субъекты и объекты GR.
3. Основные этапы GR деятельности.
4. Модели взаимодействия власти и бизнес-структур.
5. Соотношение GR и лоббизма.
6. Структура лоббистских отношений.
7. История становления GR и регулирования GR в мире.
8. Анализ GR с позиции различных теоретических подходов.
9. Уровни организации GR функции в компании.
10. Уровни взаимодействия с органами государственной власти.
11. Функциональные обязанности и требования к специалисту по GR.
12. Теории групп интересов. Англосаксонская модель и континентальная модели лоббистской деятельности.
13. Плюралистическая концепция. Понятие плюралистическое лобби.
14. Модель лоббистской деятельности в США.
15. Модель лоббистской деятельности в Канаде.
16. Неокорпоративистская концепция. Понятие корпоративистское лобби.
17. Модель лоббистской деятельности в Евросоюзе.
18. Модель лоббистской деятельности в России.
19. Правовые основы лоббистской деятельности в России.
20. Система и порядок общественного контроля в РФ.
21. Порядок работы общественных советов при федеральных органах государственной власти.
22. Система государственного планирования в РФ.
23. Федеральные целевые программы. Доктрины и концепции.
24. Стратегические документы президента и парламента. «Дорожные карты».
25. Лоббизм и GR: определение понятий и их трансформация.
26. Основные подходы к пониманию лоббистской деятельности.
27. Технологии и практики лоббирования.
28. Основные аспекты GR-менеджмента.
29. Субъекты и объекты GR.
30. Основные этапы GR деятельности.

31. Модели взаимодействия власти и бизнес-структур.
32. Лоббистская деятельность профессиональных, отраслевых союзов и ассоциаций в РФ.
33. Корпоративная социальная ответственность, основные стандарты и роль органов власти.
34. Типология GR- технологии.
35. Технологии прямого воздействия.
36. Особенности воздействия на лиц, принимающих решение.
37. Технологии поддержки политической деятельности.
38. Организационные и правовые основы публичных обсуждений.
39. Общественная экспертиза социально значимых решений органов исполнительной власти.
40. Институт общественного контроля: основные субъекты и их деятельность в сфере GR.
41. Проблемы и перспективы функционирования общественной палаты.
42. Общественные и экспертные советы при органах исполнительной власти и органах местного самоуправления.
43. Типология и характеристика современных СМИ. 20. Создание ключевых сообщений и технологии их продвижения в СМИ.
44. Технологии создания и продвижения информационных поводов.

8.3. Вариант заданий для проведения промежуточного контроля

КЕЙС 1. Антипиратская кампания в России 2011-2014 гг¹

Ситуация

Развитие информационных технологий и Интернета делает возможным широкий доступ граждан к информации, способствует их социальной и культурной активности, а также развивает механизмы информационной демократии и участия в управлении делами государства.

Однако помимо очевидного блага Интернет представляет собой удобный инструмент для разного рода нарушителей и мошенников. В частности, всемирная сеть позволила перевести нарушения прав интеллектуальной собственности на качественно новый уровень. Если еще несколько лет назад главной проблемой правообладателей (производителей кино-, музыкальной, книжной продукции, программного обеспечения и др.) были «пиратские» диски, то сейчас нелегальный контент в огромном количестве присутствует именно в Интернете.

В результате в проигрыше остаются не только правообладатели: они теряют доходы наравне с легальным лицензионным бизнесом онлайн-кинотеатров (ivi.ru, megogo.net, viaplay.ru и др.). По данным исследований, российские легальные видео-порталы обеспечивали не более 1/14 доли общего количества просмотров фильмов онлайн. Вся остальная доля просмотров видео приходилась на популярные среди пользователей сайты: торрент-трекеры, файлообменники, т.н. «UGC-сайты» (сайты с контентом, формируемым самими пользователями – vk.com, rutube.ru и др.). При таком раскладе государство также теряет часть поступлений в бюджет от легального бизнеса.

Следует отметить также, что пользователи при нелегальном просмотре на сомнительных сайтах, зарегистрированных за рубежом, сами несут определенные риски – риск заражения своих устройств вредоносным ПО, а также риск кражи персональных данных. Необходимо признать, что уровень медиаграмотности зачастую не позволяет рядовому

¹ис? Исследование провели: О. Румянцев, О.Подоплелова, О.Румянцев, В.Табачников (консалтинговое агентство «Румянцев и партнёры»).

пользователю отличить пиратскую копию от законного контента, особенно с учетом того, что некоторые ресурсы и за нелегальный просмотр взимают денежные средства.

Принципиальная анонимность теневого сегмента Интернета делает пресечение незаконной деятельности крайне проблематичным. Не облегчало ситуацию к моменту начала работы по проекту и то, что пользователи были крайне негативно настроены к ужесточению законодательства. Также представители интернет-бизнеса (в первую очередь, Российская ассоциация электронных коммуникаций) рассматривала возможные блокировки сайтов как нарушение права на доступ к информации и опасалась «краха Интернета».

В связи с этим стала очевидна необходимость проведения комплексной GR- и лоббистской кампании по законодательному закреплению механизмов, направленных на борьбу с пиратством в Интернете. Кампания была проведена консалтинговым агентством «Румянцев и партнеры» в интересах широкого круга правообладателей.

Цель и задачи

Целью данного проекта было обеспечение внесения в гражданское законодательство и законодательство об информации комплексных изменений, которые позволили бы пресекать случаи незаконного использования объектов авторских и смежных прав в сети Интернет.

В ходе работы по проекту и многочисленных консультаций в органах государственной власти было принято решение «протестировать» разработанный порядок блокировки пиратских сайтов лишь на одной группе объектов – фильмов. В случае формирования позитивной правоприменительной практики предполагалось распространить этот механизм на все остальные объекты (книги, музыку, программное обеспечение и др.).

Таким образом, ключевыми задачами по проекту с учетом корректировки целей являлись следующие:

- 1) изучение международного опыта защиты авторских и смежных прав в цифровой среде;
- 2) формирование широкой коалиции союзников и согласование их позиции;
- 3) выявление стейкхолдеров и анализ их позиции;
- 4) организация и участие в публичных мероприятиях с целью привлечения к проблеме экспертного сообщества и формирования благоприятного информационного фона вокруг проекта;
- 5) разработка предложений по внесению изменений в действующее законодательство;
- 6) продвижение разработанных предложений в органах государственной власти путем проведения консультаций со стейкхолдерами и участия в рабочих группах и консультативных органах;
- 7) участие в публичном освещении хода антипиратской кампании (организация интервью, публикаций);
- 8) сопровождение прохождения проекта федерального закона в Государственной Думе, Совете Федерации и подписания закона Президентом Российской Федерации;
- 9) участие в координации действий участников процедуры, предусмотренной принятым законом (правообладателей, Интернет-компаний, операторов связи).

Целевая группа	Проблема	Цель и задачи кампании
Правообладатели	✓ недополучение доходов от просмотров.	Цель: внесение поправок в законодательство для пресечения случаев использования фильмов без разрешения правообладателей. Задачи: ✓ изучение зарубежного опыта; ✓ формирование широкой коалиции союзников и согласование позиции; ✓ выявление стейкхолдеров и анализ их позиции; ✓ организация и участие в публичных мероприятиях; ✓ разработка предложений по внесению изменений в законодательство; ✓ продвижение разработанных предложений в органах государственной власти; ✓ сопровождение прохождения проекта федерального закона в ГД, СФ и подписания закона Президентом; ✓ координации действий участников процедуры, предусмотренной принятым законом.
Легальные онлайн-кинотеатры	✓ недобросовестная конкуренция со стороны «пиратских» сайтов, не покупающих контент у правообладателей.	
Пользователи	✓ риск заражения устройств вредоносным ПО; ✓ кража персональных данных ✓ плохое качество фильмов.	
Государство	✓ недополучение средств в бюджет; ✓ репутационные издержки.	
Позиция Интернет-индустрии	✓ Закон нарушает право на доступ к будет использоваться против «неудобных» сайтов; ✓ Приведет к массовым блокировкам; ✓ Застопорит работу суда; ✓ Произойдет «крах» Интернета.	

Целевые аудитории

В рамках проекта проводилась работа с несколькими целевыми группами, включающими в себя стейкхолдеров на международном и национальном уровнях. Среди них – представители государственных структур, коммерческих и некоммерческих организаций, а также экспертные и исследовательские центры. Карту стейкхолдеров проекта в изложении можно представить следующим образом:

1. Органы государственной власти:

1.1. Президент Российской Федерации и Администрация Президента:

- 1.1.1. Президент Российской Федерации;
- 1.1.2. Заместители руководителя Администрации Президента;
- 1.1.3. Государственно-правовое управление Администрации Президента;
- 1.1.4. Экспертное управление Администрации Президента;
- 1.1.5. Управление по общественным проектам Администрации Президента.

1.2. Правительство Российской Федерации

- 1.2.1. Председатель Правительства;
- 1.2.2. Заместители Председателя Правительства;
- 1.2.3. Руководство Аппарата Правительства.

1.3. Федеральные министерства и ведомства:

- 1.3.1. Министерство культуры;
- 1.3.2. Министерство связи и массовых коммуникаций;
- 1.3.3. Министерство экономического развития;
- 1.3.4. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

1.4. Государственная Дума ФС Российской Федерации:

- 1.4.1. Председатель Государственной Думы Российской Федерации;
- 1.4.2. Заместитель Председателя Государственной Думы Российской Федерации;
- 1.4.3. Комитет Государственной Думы по информационной политике, информационным технологиям и связи;
- 1.4.4. Комитет Государственной Думы по культуре;
- 1.4.5. Комитет Государственной Думы по гражданскому, уголовному, арбитражному и процессуальному законодательству.

1.5. Совет Федерации ФС РФ:

- 1.5.1. Председатель Совета Федерации;
- 1.5.2. Отдельные члены Совета Федерации.

1.6. Консультативные органы:

- 1.6.1. Совет по культуре при Председателе Государственной Думы;
- 1.6.2. Координационный совет по интеллектуальной собственности при Министерстве культуры;
- 1.6.3. Совет по вопросам интеллектуальной собственности при Председателе Совета Федерации;
- 1.6.4. Рабочая группа при Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

2. Организации, представляющие коллективные интересы бизнеса, а также отдельные компании:

2.1. Ассоциации:

- 2.1.1. Ассоциация Интернет-издателей;
- 2.1.2. Ассоциация продюсеров кино и телевидения;
- 2.1.3. Гильдия продюсеров России;
- 2.1.4. Национальная ассоциация телерадиовещателей;
- 2.1.5. Национальная федерация музыкальной индустрии;
- 2.1.6. Некоммерческое партнерство «Поставщиков Программных Продуктов»;
- 2.1.7. Некоммерческое партнерство «Российская антипиратская организация по защите прав на аудиовизуальные произведения»;
- 2.1.8. Российская ассоциация электронных коммуникаций;
- 2.1.9. Российский книжный союз;
- 2.1.10. Российский союз правообладателей;
- 2.1.11. Motion Picture Association of America.

2.2. Поисковые сервисы и иные Интернет-компании:

- 2.2.1. Mail.ru Group;
- 2.2.2. ВКонтакте;
- 2.2.3. Гугл;
- 2.2.4. Рутьюб;
- 2.2.5. Яндекс.

2.3. Операторы связи:

- 2.3.1. Вымпелком;
- 2.3.2. Мегафон;
- 2.3.3. МТС;
- 2.3.4. Ростелеком.

3. Международные и европейские институты:

- 3.1. Двусторонняя Рабочая группа России и США по интеллектуальной собственности;
- 3.2. Ассоциация европейского бизнеса.

4. Экспертные и общественные институты:

- 4.1. Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве;
- 4.2. Исследовательский Центр частного права при Президенте;

4.3. Общественная Палата Российской Федерации.

Решения

Работа над проектом включала в себя несколько **этапов**.

Первый этап (ноябрь – декабрь 2011 г.) – подготовительный. На данном этапе были выявлены ключевые стейкхолдеры и проведен анализ их позиций по вопросу совершенствования законодательства в сфере защиты авторских и смежных прав в сети Интернет. В рамках этого этапа было также проведено исследование зарубежного опыта в обозначенной сфере и был составлен комплексный план действий по продвижению позиции правообладателей.

На втором этапе (январь-март 2012 г.) состоялись консультации с потенциальными союзниками, в результате которых были согласованы ключевые позиции и подходы к вопросам антипиратской кампании. В этот период в рамках кампании было организовано проведение и участие в различных публичных мероприятиях и сессионные заседания на авторитетных экспертных площадках (Форум «Интеллектуальная собственность – XXI век», форум «Антиконтрафакт», конференции РАЭК, Google и др.). Все это способствовало созданию широкой коалиции правообладателей, заинтересованных в совершенствовании законодательства о защите интеллектуальной собственности в цифровой среде. В ходе дальнейшей работы по проекту было организовано постоянное взаимодействие с союзниками и велась работа по расширению коалиции.

В марте 2012 г. было подготовлено коллективное обращение группы правообладателей и иных заинтересованных субъектов (Национальной Федерации производителей фонограмм, Комитета по интеллектуальной собственности ТПП РФ, Гильдии кинопродюсеров России, Российского книжного союза, Национального библиотечного ресурса, Председателя Ассоциации продюсеров кино и телевидения и др.) к Президенту Российской Федерации с просьбой учесть интересы разных групп правообладателей при подготовке и внесении изменений в часть IV Гражданского кодекса.

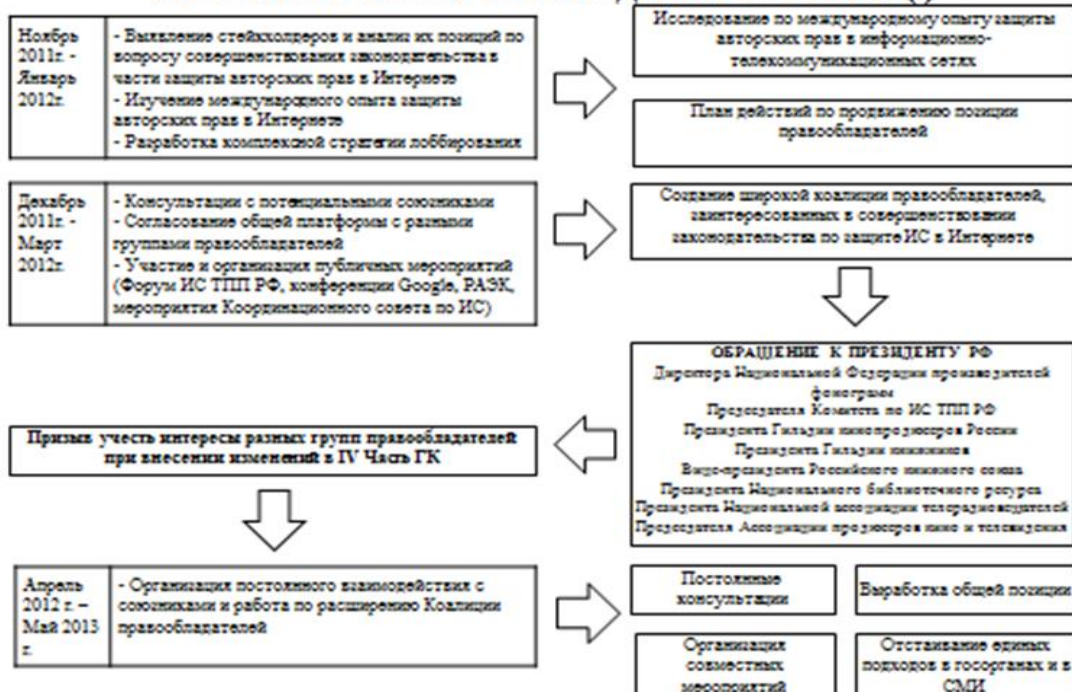
Благодаря этому обращению удалось добиться включения представителей правообладателей в состав экспертной рабочей группы по совершенствованию гражданского законодательства. Стала возможна разработка согласованной с различными сторонами редакции статьи 1253.1 ГК РФ (об особенностях ответственности информационных посредников), составившей ядро «антипиратского» закона.

На третьем этапе (апрель 2012 г. – июль 2013 г.) были задействованы несколько механизмов продвижения позиции правообладателей в органах государственной власти.

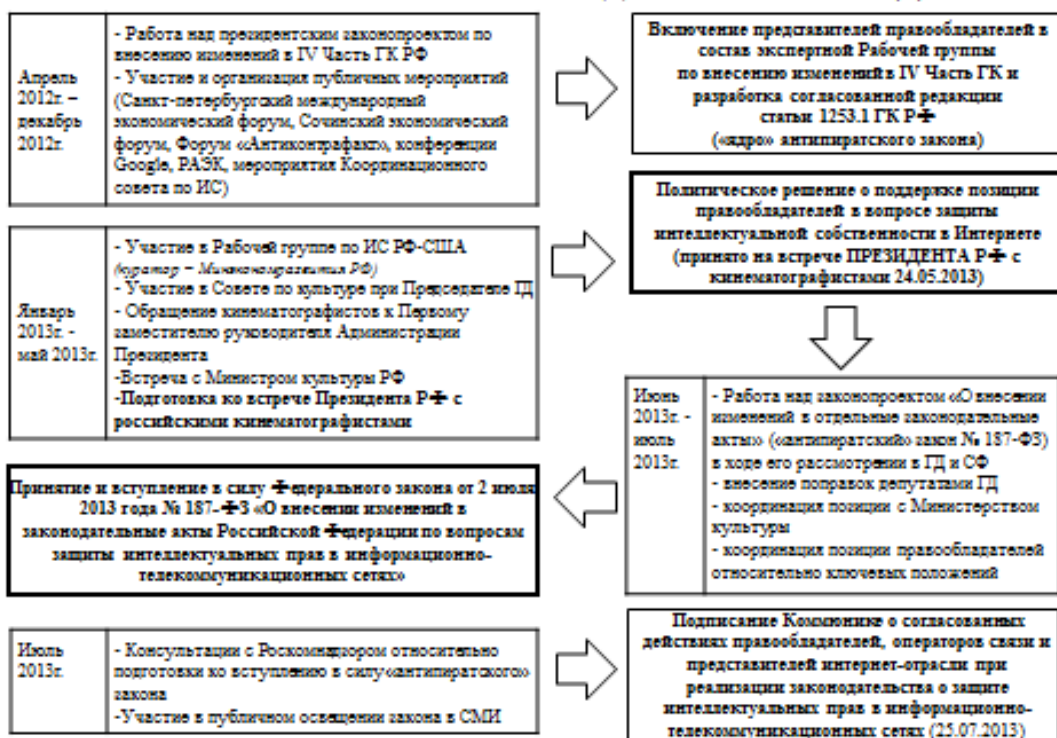
В частности, было организовано участие представителей правообладателей в рабочей группе России и США по интеллектуальной собственности (под руководством Министрства экономического развития РФ). Значительное внимание уделялось работе Совета по культуре при Председателе Государственной Думы.

Для более эффективной поддержки позиции правообладателей было также обеспечено подписание обращения кинематографистов к руководству Администрации Президента и проведение встречи с Министром культуры Российской Федерации. Данные мероприятия послужили фундаментом для ключевого события антипиратской кампании – совещания по вопросам развития отечественной кинематографии под руководством Президента в г. Сочи 24 мая 2013 г. Министр культуры совместно с правообладателями доложил Президенту о необходимости законодательного урегулирования борьбы с пиратством в Интернете. Итогом совещания стало то, что удалось заручиться поддержкой Президента, и уже 6 июня 2013 г. соответствующий проект федерального закона по вопросам защиты интеллектуальных прав сети Интернет был внесен в Государственную Думу (законопроект № 292521-6).

ВРЕМЕННАЯ СХЕМА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОЕКТА (I)



ВРЕМЕННАЯ СХЕМА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОЕКТА (II)



Результаты

В результате проведенной кампании был принят Федеральный закон от 2 июля 2013 года № 187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях». Законом были внесены поправки в Федеральный закон об информации, Гражданский кодекс и Гражданский процессуальный кодекс, представившие механизм прекращения нарушений прав на фильмы в сети Интернет. Закон позволил правообладателям обращаться

в суд за предварительными обеспечительными мерами по фильмам. В случае, если владелец сайта в сети Интернет удаляет и не допускает повторного появления на нем фильмов без разрешения правообладателя, он продолжает функционировать без каких бы то ни было санкций. Если же нарушение происходит, то задействуется механизм блокировки отдельных страниц сайтов, а при неоднократных нарушениях блокируется весь ресурс (как это случилось в отношении торрент-трекеров rutorg.org и rutracker.ru). Правообладатель в течение 15 дней с момента подачи заявления о предварительных обеспечительных мерах может обратиться в суд с требованием о запрете размещения, распространения и иного использования аудиовизуального произведения на сайте без соответствующего разрешения для бесспорной защиты своего контента от несанкционированной трансляции на отдельных сайтах.

В рамках проекта также были приложены усилия к разработке Коммюнике о согласованных действиях правообладателей, операторов связи и представителей Интернет-отрасли при реализации законодательства о защите интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях. Подписание Коммюнике состоялось на площадке Роскомнадзора 25 июля 2013 г., за 5 дней до вступления в силу «антипиратского» закона. Этот документ подписали руководитель Роскомнадзора Александр Жаров и представители 33 крупнейших правообладателей, операторов связи и Интернет-ресурсов Рунета. В документе представлены рекомендации о порядке действий правообладателей по защите интеллектуальной собственности. В нем правообладателям рекомендовано при обращении в судебные органы предъявлять иски в отношении всех объектов правообладателя, незаконно размещенных на соответствующем информационном ресурсе. При этом в заявлениях, направляемых в суд, необходимо указывать максимально полную информацию о сайтах в сети Интернет, на которых размещены фильмы без разрешения правообладателей. Немаловажным является также пункт о приоритетном досудебном порядке урегулирования спора.

Следует отметить, что принятие «антипиратского» закона стало существенным стимулом для отечественных Интернет-ресурсов к легализации и активному внедрению систем противодействия пиратству (технологии «цифровых отпечатков»). Такие системы внедряются и совершенствуются на платформах rutube.ru, vk.com и др.

Кроме того, закон подтолкнул Рунет к поиску новых способов монетизации контента. Так, «ВКонтакте» планирует к запуску платформу, которая позволит пользователям зарабатывать на размещении собственных видеороликов. Переговорные процессы также позволили социальной сети достигнуть взаимовыгодного сотрудничества с целым рядом российских правообладателей по вопросу блокировки пиратского видеоконтента без дополнительных запросов к администрации сайта.

Свое позитивное значение антипиратский закон имеет и для легальных онлайновых кинотеатров. Рост трафика и доходов от рекламы после принятия Федерального закона № 187-ФЗ отметили многие представители лицензионного Интернет-бизнеса (now.ru, ivi.ru, zoomby.ru и др.). Антипиратская кампания способствовала институционализации их интересов, в результате чего в августе 2013 г. была создана профильная Ассоциация «Интернет-видео», объединившая крупнейшие видеоплатформы Рунета.

КЕЙС 2. Лоббирование как инструмент продвижения регионального инвестиционного проекта

Ситуация

Анализируемый проект был реализован в рамках программы «Развитие агропромышленного комплекса области N».

Основанием для начала работы по разработке программы «Развитие агропромышленного комплекса области N» и реализации инвестиционных проектов на территории региона явилось Поручение Губернатора области N от 27 июня 2009 г.

Основные задачи разработки Программы: ликвидация дефицита производства свежих натуральных продуктов - мяса, молока, свежих овощей; развитие агропромышленной отрасли региона; необходимость повышения эффективности бюджетных расходов.

Реализация программы осуществлялась через конкретные проекты в области агропромышленного сектора.

Одним из таких проектов является проект под названием *«Расширение и строительство производственных помещений для увеличения производства и реализации сельскохозяйственной продукции, а также перерабатывающих цехов по переработке мяса и молока. Строительство жилья для специалистов сельского хозяйства»*.

Финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта:

- общая стоимость проекта – 552 млн. рублей
- собственные средства предприятия-инвестора - 92 млн. руб (доля собственных средств в проекте - 20%)
- заёмные средства – кредит 460 млн. руб. (доля заёмных средств в проекте 80%).

Основные препятствия, способные помешать реализации проекта:

- не предоставление кредита;
- не выделение региональных субсидий по процентной кредитной ставке.

Цели и задачи лоббистской деятельности

Для успешной реализации данного проекта главная цель – это получение одобрения (согласования) самого проекта на федеральном и региональном уровне, от которого зависит получение кредитных ресурсов банка.

При согласовании в органах государственной власти и получении кредитной линии технические вопросы (строительство, закупка поголовья, приобретение необходимого оборудования) - обычная техническая работа, с которой предприятие способно справиться.

Основные задачи лоббирования проекта лежали в межведомственной плоскости, в области Government-to-Government. Government-to-Government - это некоммерческое взаимодействие государственных организаций, ведомств и органов власти с другими государственными организациями, ведомствами и органами власти.

Продвижение инвестиционного проекта в агропромышленном секторе экономики можно в данном случае рассматривать как «аграрное лобби» со стороны органов исполнительной власти субъекта РФ. «Лоббисты» в лице представителей региональной власти способствуют отраслевым предприятиям в получении выгодных государственных заказов, кредитов, льгот, благоприятных условий коммерческой деятельности.

Поэтому задачами «регионального аграрного лобби» было продвижение проекта именно в Министерстве сельского хозяйства РФ и правительстве региона. Необходимо было не только доказать целесообразность, актуальность проекта, но и представить финансовое обоснование проекта – «где в бюджете региона эти деньги, откуда их можно взять».

С учётом специфики работы вышеуказанных органов власти, если «документу не приделать ноги» и не пройти все этапы согласования, то проект и красочную презентацию к нему можно «положить пылиться на полку». Когда проект получает одобрение на самом высоком уровне, это не значит, что теперь всё решено. Огромное количество «одобренных инициатив» пропало только потому, что заинтересованная сторона - «инвестор» - доверился незаинтересованной стороне - «исполнителю».

Целевая аудитория (и ожидание результаты от каждой из них)

1. Министерство сельского хозяйства РФ - одобрение проекта на комиссии, согласование процентной ставки софинансирования, что является «сигналом» для банка к заключению соглашения о выделении кредита.

2. Региональное правительство – одобрение проекта, подписание соглашения о субсидировании процентной ставки по кредиту со стороны регионального правительства, поддержка при согласовании бюджета комитета в парламенте региона

3. Комитет сельского хозяйства и продовольственного рынка области N– одобрение проекта, разработка и утверждение целевой программы, расчёт субсидий, поддержка в правительстве и парламенте, участие в переговорах с банками

4. Региональный парламент – работа отдельно с каждой фракцией, для согласования проекта и бюджета комитета, вынесение вопроса на обсуждение на заседании парламента, обоснование бюджетных средств, выделяемых на развитие агропромышленного сектора экономики. Самое главное в этом процессе, не стать «разменной монетой» в политической межфракционной борьбе.

5. Муниципальное образование – земельные вопросы и коммуникации, краеугольные «камни» любого начинания, непосредственно на территории

6. Банки – переговоры с несколькими банками параллельно, для «выторговывания» наиболее льготных условий кредитования. Они заинтересованы в расширении кредитного портфеля (у них план), наша задача отстоять свои интересы.

7. Группы влияния – конкуренты на рынке производства сельхозпродукции, торговые сети, перекупщики продукции поставщики из других регионов.

Важно было также заручиться поддержкой общественности и демонстрировать корпоративную социальную ответственность. Необходимо принимать участие в программах, реализуемых на территории региона - «Наш хлеб», «Школьное молоко» и т.д., что повышает уровень лояльности органов государственной власти и местного населения, способствует росту нематериальных активов компании-инвестора.

Этапы регионального отраслевого лоббирования

Информационно – аналитический этап

1. Федеральная повестка – Национальная программа «Развитие сельского хозяйства РФ»

2. Подготовка материалов по состоянию сельского хозяйства в регионе за последние 10 лет.

3. SWOT – анализ (сильные, слабые стороны, угрозы и возможности)

Интеграция в работу органов государственной власти

1. Работа в Комитете сельского хозяйства и продовольственного рынка области N.

2. Работа группы приглашённых и местных экспертов.

Внесение изменений в региональное законодательство и подготовка стратегических концепций

1. Подготовка предложений для внесения в «Стратегический план развития региона до 2025г.»

2. Подготовка региональной долгосрочной целевой программы «Развитие сельского хозяйства до 2015 года»

3. Подготовка целевых программ – краткосрочных и среднесрочных

4. Подготовка «Стратегии продовольственной безопасности»

5. Участие в международных и региональных форумах и выставках.

Поиск внешних и внутренних стейхолдеров

1. Федеральный уровень органов государственной власти

2. Региональный уровень органов государственной власти

3. Муниципальные образования

4. Профессиональные отраслевые группы и союзы

5. Энергоснабжающие организации

Время, затраченное на реализацию данного проекта (работа по конкретному направлению) составляет 7 месяцев. Этому предшествовал этап подготовки, который длился пять месяцев и включал в себя анализ ситуации в отрасли и подготовку целого ряда документов для обоснования Программы «Развитие агропромышленного комплекса области N».

Результаты

Основные задачи реализации проекта были выполнены:

- проект одобрен и поддержан Минсельхозом,

- утверждён на региональном уровне,
- получены кредитные средства.

По результатам реализации проекта можно сформулировать «памятку начинающему лоббисту».

Памятка начинающему лоббисту по взаимодействию с органами государственной власти (основные навыки общения при реализации инвестиционного проекта)

Прежде всего, необходимо знать систему органов государственной власти в Российской Федерации и полномочия власти на каждом из ее уровней:

- Органы законодательной власти (Федеральное Собрание – Совет Федерации и Государственная Дума – федеральные; Областные думы, Законодательные собрания – региональные; городские, поселковые советы депутатов - муниципальные) разрабатывают и принимают законы и подзаконные акты в соответствии с их компетенцией.

- Органы исполнительной власти (Президент и Правительство РФ - федеральные; губернатор области (края) и правительство – региональные) отвечают за выполнение законодательных инициатив, осуществляют административное управление в субъекте или населённом пункте.

- Органы судебной власти (Верховные и Высшие – общероссийские, суды субъектов федерации, мировые суды) осуществляют процессуальную деятельность, направленную на закрепление законности и справедливости.

- Муниципальные образования – они не входят в систему органов государственной власти. Глава администрации города или района и администрации – местные городские, сельские муниципальные. С ними придётся проводить общественные слушания, решать земельные вопросы, «дружить» с местными элитами.

Взаимодействовать вам больше придётся с исполнительной властью, т.к. она осуществляет всю административно-хозяйственную деятельность в регионе.

Для начала ознакомьтесь со структурой правительства вашего региона на сайте администрации (сейчас они, по закону, обязаны информировать о своей деятельности).

Ознакомьтесь с «Регламентом работы правительства». Все государственные процедуры строго регламентированы. Поэтому, для того, чтобы общаться с государственными служащими, вам необходимо знать «правила», по которым они живут.

Органы государственной власти открыто предоставляют большое количество информации, вам необходимо получить её и уметь применить в своей работе.

Важно помнить и о «психологии чиновника». Нельзя приходить к чиновнику заранее настроенным на «отказ». Нельзя учить его и агитировать «Во Славу России». Вы должны быть грамотным экспертом в своём деле и знать проблематику своей отрасли и общаться как эксперт, но не «свысока».

Относитесь к чиновнику как к эксперту в его деле, поблагодарите его за уделённое вам время, запишите всё, что он сказал, если необходимо – задайте уточняющие вопросы. Поблагодарите его за грамотные советы, и попросите разрешения позвонить или заглянуть ещё раз, если в процессе реализации вашего проекта появятся вопросы, которые Вы не обсудили при первой встрече.

Помните, что успешная реализация вашего проекта в его профильном департаменте – это его успешные показатели на отчётах, покажите ему, что вы не отрываете у него время, а помогаете в ЕГО работе.

В самом начале реализации проекта необходимо оценить риски «прихода и работы» в регионе. Если на каком-то из многочисленных экономических форумов губернатор области пригласил вас «инвестировать в область», то это не значит «что всё решили, запускаем проект».

Проанализируйте экономический потенциал региона, трудовые и кадровые ресурсы, логистику, стоимость энергоносителей (и это далеко не полный список). После анализа не бойтесь сказать «нет». Иногда это дешевле и разумнее.

Если всё же условия вас устроили, зафиксируйте свои договорённости в рамочном документе «Инвестиционное соглашение», где будут обозначены рамочные условия ваших прав и обязанностей и соответственно прав и обязанностей региона. Подписать документ лучше публично, вместе с губернатором, а потом провести и пресс-конференцию, для того, чтобы, как можно большее количество чиновников узнало о проекте и «получило» условный сигнал, что он «курируется губернатором».

В структуре правительства наиболее востребованными для вас будут следующие министерства или комитеты:

- *Министерство (комитет) экономического развития* (оно занимается всеми экономическими проектами региона и инвестициями, план работы министерства и годовой список проводимых ими мероприятий должен быть на сайте, если его нет, обратитесь в плановый отдел министерства).

На основании полученной информации вы сможете узнать, какие крупные инвестиционные проекты будут реализовываться в ближайшее время, какие приоритетные направления развития региона выделены и будут финансироваться в этом году, какие компании будут работать по проектам.

Также на сайте размещается, и информация по государственным закупкам и заказам, что тоже необходимо знать. Как правило, в структуре Минэкономразвития есть и отдел конгрессно-выставочной деятельности, который занимается всеми крупными форумами и выставками, зарубежными поездками на уровне региона. Ознакомьтесь с планом работы выставок и ярмарок, уточните список участников. На этих площадках удобно представлять свой проект и знакомиться в неформальной обстановке с профильными чиновниками.

- *КУМИ (муниципальное) или КУГИ (городское) – комитеты по управлению имуществом и землёй*. Здесь предстоит решить ряд вопросов. Например, вопрос выявления свободных земельных участков/помещений, в которых вы заинтересованы. Процесс предоставления земельных участков/объектов занимает очень много времени, отнимает много сил, он достаточно затратный. Вопросы, которые предстоит решить: принадлежности земель, границы участков, составление кадастровых документов на участок (они, как правило, не готовы).

Необходимо согласование и соотнесение вашего проекта с «Генеральным планом». «Генеральный план» (Генплан) в общем смысле — проектный документ, на основании которого осуществляется планировка, застройка, реконструкция и иные виды градостроительного освоения территорий. Если ваш проект связан с развитием производства, то он будет реализовываться строго на землях, отведённых под промышленное освоение, с границами или «красными линиями» - санитарно-защитными зонами, от земель сельхозназначения или земель рекреации. На этом этапе могут возникнуть вопросы с «границами участка», что потребует проведения общественных слушаний, в которых принимают участие местные жители. Этот процесс очень деликатный, необходимо убедить жителей в необходимости его реализации, что «его появление будет...» и дальше вы перечисляете все его преимущества. На этом этапе важно подключить СМИ и пообщаться с лидерами общественного мнения (уважаемыми и известными в местном сообществе).

- *Комитет по энергетике, поставщики энергоресурсов* (всевозможные «...энерго», МРСК - Межрегиональная распределительная сетевая компания... такого то региона). Вопросы энергоресурсов, подключение к ним, квотирование объёмов природного газа и т.д. — это огромный пакет документации, длинные сроки и большие финансовые затраты. Готовьтесь, что вам надо будет построить линию электропередачи, проложить кабель, построить трубопровод и т.д. Всё это за свой счёт и по планам и ценам энергомонополистов.

Энергетика — это второй самый сложный вопрос, который вам надо решить после земельного. Если вы его решите положительно, то все остальные этапы работы будут зависеть от вас и от вашего управленческого таланта, а не от деловых качеств и настроения чиновника.

КЕЙС № 3. УСИЛИЯ ТАБАЧНЫХ КОМПАНИЙ ПО РАБОТЕ НАД ОТДЕЛЬНЫМИ ПОЛОЖЕНИЯМИ ПРОЕКТА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА «О ЗАЩИТЕ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ ОТ ПОСЛЕДСТВИЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАКА»

Ситуация

Лоббизм в табачной индустрии претерпел существенные изменения за последние 20 лет и стал одним из самых цивилизованных и законопослушных. Интересно, что табачному лобби противостоит сильное антитабачное движение, которое имеет серьезное финансирование как со стороны государств, так и со стороны большого количества различных неправительственных фондов. Антитабачное движение действует организованно по всему миру и использует наиболее современные технологии для достижения своих целей, выдавая гранты местным НКО и обучая их тактикам и стратегиям проведения успешных кампаний с участием видных государственных, культурных и общественных деятелей (прямое лоббирование, открытые письма и петиции, работа в социальных сетях, акции протеста, социальная реклама, суды).

В 2003 году на Ассамблее Всемирной организации здравоохранения была принята Рамочная конвенция по борьбе против табака (РКБТ). За последние 10 лет более 176 государств ратифицировало Конвенцию и более 90% населения планеты тем или иным образом подпадают под действие ее положений. Рамочная конвенция ВОЗ носит рекомендательный характер, но это беспрецедентный документ, который делает попытку регулировать отрасль на глобальном уровне, рекомендуя правительствам принять определенные законодательные нормы и оказывая политическое давление на лиц, принимающих решения. На борьбу с «табачным лобби» в 2011 только в России более 3.5 миллионов долларов выделили американский Фонд Блумберга, и более 120 миллионов долларов заложено в бюджет Министерства здравоохранения РФ (на период 2011-2013 гг) на пропаганду здорового образа жизни, профилактику табачной и алкогольной зависимостей.

На протяжении длительного времени Россия стояла в стороне от мировых табачных баталий. Когда в США шли судебные разбирательства против ведущих табачных компаний, российское правительство с радостью привлекало в страну лидеров табачной индустрии, как желанных инвесторов. В России транснациональные табачные компании напоминали кузницу кадров по подготовке специалистов не только в области связей с государственными органами, общественными организациями и внешним коммуникациям, но и по многим другим специальностям — финансы, логистика, качество, современное производство, инженерия, охрана труда и многие другие. Однако экономика России окрепла за прошедшее десятилетие. Руководство страны стало играть все более значимую роль на мировой политической арене, под давлением мировой общественности Россия ратифицировала РКБТ в 2008 году, а генеральный директор ВОЗ Маргарет Чен во время своего визита в Россию в сентябре 2010 году напомнила премьер-министру Владимиру Путину о взятых обязательствах по реализации «Концепции по противодействию потреблению табака».

Таким образом, в октябре 2010 года Концепция была подписана, ответственным министерствам поручено проработать соответствующие нормативные акты, а в августе 2011 года Министерство здравоохранения и социального развития РФ разослало на согласование в другие ведомства самый жесткий в мире антитабачный проект федерального закона «О защите здоровья населения от последствий потребления табака», который должен был вступить в силу с 1 января 2012 года. В законопроекте были предусмотрены абсолютно все жесткие меры, которые только возможны. Перед отделами по корпоративным отношениям табачных компаний встала задача внести изменения в законопроект, чтобы он стал более приемлемым для бизнеса.

Отметим, что многие спорные законопроекты в нашей стране вносятся на рассмотрение в период отпусков и праздников — в расчёте на то, что общественность не заметит и проект «пройдет тихо» и «без лишнего шума» все стадии согласования и утверждения. Вместо сезона отпусков для специалистов по взаимодействию с органами власти наступила

жаркая пора тяжелой, кропотливой и длительной работы, которая велась более года. Ситуация осложнялась еще и тем, что антитабачная коалиция упорно боролась за свой вариант законопроекта и проводила различные акции в средствах массовой информации, социальных сетях и на улицах, пытаясь перевести дискуссию из правового и экономического поля в разряд эмоциональных дебатов, где «на кону стоит здоровье нации».

Цели и задачи лоббистской/GR-деятельности

Цель стратегии по работе с органами власти заключалась в том, чтобы продемонстрировать государственным деятелям, принимающим решения, что законопроект является популистским, вступает в противоречие с другими нормативными актами, наносит ущерб экономике страны, убивает малый бизнес, нарушает права совершеннолетних курильщиков, лишает благотворительной помощи социально незащищенные слои населения, но не решает задачу улучшения здоровья нации, а создает лишь почву для процветания коррупции.

Дополнительной целью было создание общественного мнения, которое бы выражало недовольство предлагаемым законопроектом и которое давало бы основания чиновникам выступать с критикой, пусть и межведомственной, законопроекта (практика чиновничьего этикета такова, что публично комментировать и тем более критиковать проект закона, предложенного другим ведомством — это «не по правилам»).

Целевая аудитория:

- Министерство здравоохранения РФ,
- Министерство финансов РФ,
- Министерство экономического развития,
- Министерство промышленности РФ,
- Федеральная антимонопольная служба,
- Федеральная таможенная служба РФ,
- Государственная Дума,
- Премьер-министр РФ,
- Президент РФ.

Решения

Стратегия

Стратегией компании Филип Моррис Интернэшнл (ФМИ) в России была работа по донесению ключевых сообщений до органов государственной власти о значительных перекосах и нецелесообразности данного законопроекта, опираясь на опыт других стран, через третьих лиц. Нужно было заручиться поддержкой организаций и партнеров, чьи интересы были существенно ущемлены и страдали от негативных последствий в случае принятия первоначальной версии закона, проинформировать их о данном законопроекте и привлечь внимание общественности к сложившейся ситуации. Очевидно, что киоскеры, бизнес и курильщики были самыми заинтересованными сторонами, однако, были и неожиданные «пострадавшие» от такой редакции закона. В частности, многие неправительственные организации лишились бы значительного финансирования на свои благотворительные нужды, а многие чиновники, напротив, приобретали множество новых источников коррупционных доходов. Эти неожиданные подводные камни в тексте стали важными аспектами для размышления лиц, принимающих решения.

Тактика

Команда корпоративного отдела ФМИ, состоящая из управляющего по связям с государственными органами, управляющего по корпоративным коммуникациям и общественными организациями и директора отдела, определили две наиболее нестандартные и резонирующие темы (коррупционная составляющая и необоснованность запрета на ведение благотворительной деятельности), а также ключевых экспертов в данных областях, которые

могли независимо и профессионально провести оценку положений законопроекта. Темы эти важны были как для людей, принимающих решения, так и для общества, в целом.

Тема 1: «Коррупционная составляющая» законопроекта

В качестве партнера выступил Национальный антикоррупционный комитет (НАК), известная неправительственная организация, специализирующаяся на анализе законодательных инициатив на предмет коррупционной составляющей. НАК тесно сотрудничает с Transparency International и российским Советом по правам человека при Президенте РФ. Экспертиза законопроекта на предмет коррупционности показала наличие огромного числа потенциальных лазеек для коррупции (более 20) — от самоуправства властей насчет того, кому разрешить, а кому не разрешать продавать табачные изделия в регионах, до шантажа курящих родителей социальными службами о лишении их родительских прав за ненадлежащий уход за своими несовершеннолетними детьми. Результаты исследования были направлены в различные ведомства от лица НАК, а также озвучены на заседании российского Совета по правам человека при председательстве Президента Российской Федерации Медведева Д. А. в октябре 2011 года. Основные тезисы исследования были озвучены на пресс-конференции для СМИ. Была организована серия интервью для ведущих деловых и общественно-политических средств массовой информации (таких как РБК Дейли, РБК ТВ, Коммерсант, Деньги) с Кириллом Кабановым, директором НАК. Публикации вышли на передовицах ведущих изданий и получили широкий общественный резонанс.

Результат

В финальном варианте текста федерального закона нормы, дающие право местным государственным органам принимать решения о месте продаж в сельской местности отменены, список розничных точек продаж в городах расширен.

Тема 2: «Необоснованность запрета на ведение благотворительной деятельности»

В октябре 2011 года Клуб корпоративных филантропов на площадке информационного центра ООН организовал экспертное обсуждение «Запрет на корпоративную благотворительность: кто выигрывает?» и привлек внимание к абсурдности предложенных мер. В дискуссии приняли участие ведущие международные фонды (британский благотворительный фонд CAF, международный фонд Unitedway), российские общественные деятели из Комиссии по благотворительности Общественной палаты и Комитета по социальной политике РСПП), представители Минздрава и антитабачной коалиции. Эксперты признали данную меру беспрецедентной в истории российского и мирового законодательства, носящей дискриминационный характер в отношении легального бизнеса, нецелесообразной в рамках политики снижения потребления табака и способной нанести значительный ущерб сектору некоммерческих и благотворительных организаций в России.

Резолюция, одобренная подавляющим большинством участников круглого стола, а это 63 человека — руководителей благотворительных, общественных, некоммерческих организаций, представителей компаний, СМИ по всей России, направлена Президенту РФ, Дмитрию Медведеву, и председателю Правительства РФ, Владимиру Путину, 6 октября 2011 г.

Результат

Запрет на корпоративную благотворительную деятельность был убран из финального текста закона. Была поставлена под сомнение экспертиза антитабачной коалиции, а Правительство РФ и представители Минздрава РФ впервые поняли, что их законодательная инициатива не имеет поддержки ни среди населения, ни среди экспертного сообщества.

КЕЙС № 4. КАМПАНИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ У ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ВЛАСТИ ПОНИМАНИЯ НЕОБХОДИМОСТИ СОХРАНЕНИЯ СУЩЕСТВУЮЩЕЙ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Ситуация

В 2002 году по инициативе Минэкономразвития РФ и при активной поддержке президента РФ В.В. Путина была проведена пенсионная реформа с целью достижения сбалансированности пенсионной системы и повышения уровня пенсий. Благодаря реформе с 2002 года государственная трудовая пенсия граждан состоит из трех частей — базовой, страховой и накопительной.

Расчет размера пенсии осуществляется по формуле, установленной федеральным законом. Размер базовой части постоянный и устанавливается Правительством РФ. Страховая и накопительная части формируются из взносов, которые за работника перечисляет работодатель в Пенсионный фонд России (ПФР). Объем этих взносов составляет 22% от зарплаты. Из них 16% направляются в страховую часть пенсии, остальные 6% — в накопительную. Накопительная часть пенсии формируется у лиц 1967 года рождения и моложе. Именно наличие накопительной части в структуре пенсий — единственная возможность для российского среднего класса обеспечить себе достойный уровень пенсии в будущем. Дело в том, что накопительный компонент может инвестироваться и тем самым приносить дополнительные средства в счет будущей пенсии. По решению каждого гражданина они передаются в управление государственной управляющей компании Внешэкономбанк, либо одному из негосударственных пенсионных фондов (НПФ), количество которых уже сейчас превысило 100.

Схема, в которой присутствуют распределительная и накопительная части, называется смешанной. Подобная структура пенсии эффективно работает в большинстве развитых стран.

В 2011 году стало понятно, что по истечении десяти лет существования в России накопительного компонента законодательной базы для его нормального функционирования до сих пор не было создано. Накопить на пенсию стало можно, а получить накопленное нельзя, так как не было соответствующего закона, позволяющего это сделать. В то же время некоторые влиятельные группы (Минздрав, ПФР и представители социального блока Правительства и ГД) вместо того, чтобы создать необходимые условия для продуктивной работы накопительного компонента, признали его неэффективным и стали проводить политику его отмены. Ситуацию усугубил острый дефицит средств бюджета ПФР в 2011-2012 годах. Перед Минздравсоцразвития стояла задача обеспечить наличие 1 трлн рублей, недостающего для выплат текущим пенсионерам. К тому моменту в накопительной системе было аккумулировано 2,3 трлн. рублей, которые и вызвали живой интерес у ряда ведомств.

В этой связи, учитывая нарастающий демографический кризис и огромный дефицит бюджета ПФР, ряд чиновников высказались за ликвидацию накопительного компонента. Ситуация приобрела крайне кризисный характер, назрела необходимость проведения масштабной комплексной коммуникационной кампании по сохранению накопительного компонента. Кампания несла острый социальный характер, поскольку затрагивала интересы широкой аудитории на всей территории России.

Коммуникационная кампания была проведена агентством бизнес-коммуникаций PR inc в интересах Национальной ассоциации негосударственных пенсионных фондов (НАПФ). НАПФ — некоммерческая организация, задача которой — защищать интересы входящих в нее 68 негосударственных пенсионных фондов и их вкладчиков. Президент НАПФ и основной спикер кампании — Константин Угрюмов.

Цель и задачи GR-деятельности

Цель кампании — сформировать у представителей власти мнение в пользу сохранения накопительного компонента пенсии в неизменном виде.

Задачи:

- Добиться очевидного перевеса позиции сторонников сохранения накопительного компонента пенсии в СМИ.
- Привлечь российских и международных авторитетных экспертов к представлению их позиции в поддержку накопительного компонента.

- На конкретных примерах продемонстрировать высокую эффективность работы негосударственных пенсионных фондов по сравнению с Пенсионным фондом России (государственный пенсионный фонд).

- Доступным языком донести угрозу нищенской пенсии в случае отмены накопительного компонента.

Целевая аудитория

- Государственные чиновники, принимающие решения на федеральном уровне, представители профильных министерств (Минздравсоцразвития, Министерства экономики, Министерства труда, Министерство финансов).

- Ведущие эксперты, финансисты и экономисты.

Решения

Сохранение накопительной части — многоэтапная кампания. В первую очередь, необходимо было создать законодательную базу для эффективной работы накопительного компонента и как следствие — предпосылки к его сохранению в структуре пенсии. Затем задачей кампании было сохранение накопительной части в рамках подготовки к новой пенсионной реформе. В связи с этим коммуникационная кампания была спланирована в два этапа.

1 этап (период: сентябрь — декабрь 2011 года) — содействие в принятии Государственной думой РФ Законопроекта №360-ФЗ «О порядке финансирования выплат за счет средств пенсионных накоплений» (Выплатной закон) при использовании PR-технологий в интересах Клиента. Закон призван создать механизм выплат накопительной части пенсии гражданам. Нормы закона вводят важные социальные льготы для граждан — наследование пенсии правопреемниками, срочное получение накопительной части пенсии в течение 10 лет.

Отсутствие Выплатного закона — первый шаг к отмене накопительной части пенсии, а значит, к лишению россиян возможности обеспечить себе достойную пенсию. Его принятие стало гарантией поддержки накопительного компонента на законодательном уровне, и как следствие, его сохранности.

Минздравсоцразвития России препятствовало принятию законопроекта на этапе его подготовки и внесения его в Госдуму.

2 этап (период: январь — декабрь 2012 года) — кампания по сохранению накопительного компонента в структуре пенсии в рамках готовящейся новой пенсионной реформы.

Министерство труда России подготовило проект Стратегии развития пенсионной системы России до 2030 года, полностью ликвидирующий накопительный компонент пенсии.

В рамках подготовки стратегии кампании была изучена история российской пенсионной реформы. Также были проведены анализ информационного поля и исследование мнений ведущих аналитиков, экспертов и журналистов в отношении сохранения накопительной части пенсии.

Основные направления работы:

- Определение информационных противников
- Определение агентов влияния (СМИ и блогеры, общественные организации, российские и зарубежные финансовые сообщества)
- Написание ключевых тезисов кампании
- Привлечение влиятельных сторонних спикеров
- Расширение пула общественных, деловых и финансовых институтов, поддерживающих кампанию
- Формирование единой информационной политики, координация медиа-активности участников кампании
- Участие представителей пула в публичных мероприятиях на тему накопительного компонента

- Работа с ключевыми федеральными СМИ (организация публикаций и сюжетов на тему российской пенсионной системы и накопительного компонента на радио и ТВ, в российских печатных и онлайн СМИ, организация интервью экспертов в печатных СМИ, авторские статьи экспертов в печатных СМИ)

- Работа с блогерами
- Работа в социальных сетях (создание и поддержка официальной страницы НАПФ в социальной сети Facebook)

- Работа с корпоративными изданиями Фондов

Итоги работы в цифрах:

- 3 100 публикаций в ведущих федеральных деловых и общественно-массовых СМИ

- 80 первых полос
- 40 сюжетов и 5 часовых программ на ТВ
- 15 сюжетов и 10 часовых программ на ведущих радиостанциях
- 32 мероприятия с участием ведущих СМИ
- 37 информационных материалов разработано для СМИ
- 12 лояльных сторонних спикеров — авторитетных экспертов в области экономики, политики и пенсионного обеспечения

Результаты

1 этап — 23 ноября 2011 года ФЗ «О порядке финансирования выплат за счет средств пенсионных накоплений» был принят Государственной Думой во втором и третьем чтениях в свой последний рабочий день.

2 этап — 14 ноября 2012 года президент РФ В.В. Путин поддержал сохранение накопительного компонента пенсии в полном объеме для граждан, доверивших свои накопления негосударственным пенсионным фондам: *«В целом накопительная система не только работала, но и показала, что имеет перспективы развития. Мы должны предоставить гражданам право выбора. Да и для рынка, полагаю, это будет неплохим сигналом. Имею в виду возможность продолжения и экономическую целесообразность продолжения деятельности соответствующих финансовых структур, работающих в этой сфере, в пенсионной сфере»* — заявил он.

Россияне получили возможность выбора — либо сохранить полный существующий объем своей накопительной части (6%), либо сократить этот взнос до 2%, направив оставшиеся 4% в распределительную часть.

Проект вошел в shortlist Национальной премии в сфере общественных связей «Серебряный Лучник» за 2013 год.

КЕЙС № 5. Google от Китая до Вашингтона

Ситуация

Google, один из самых успешных стартапов в мировой истории, не помышлял о создании представительства в Вашингтоне до того момента, пока в 2006 году Конгресс США не подверг компанию широкой критике. Google обвинили в том, что компания помогала китайскому правительству поддерживать цензуру в Интернете и «фильтровать» информацию по Фалуньгуну, Тибету и другим «чувствительным» для Пекина темам. И не просто фильтровать, а отслеживать кто ее запрашивает и насколько активно. Особенно досталось от конгрессменов девизу компании «Не сотвори зла». Конгрессмен-республиканец Кристофер Смит даже заявил: "Две базовые опоры, на которых держатся тоталитарные режимы, - тайная полиция и пропаганда. Однако ради своей роли на рынке, ради своей доли прибыли такие ведущие американские кампании, как Google, Yahoo, Cisco и Microsoft, поставили под угрозу как свою продукцию, так и обязанности по соблюдению гражданской ответственности». Дальше конгрессмен напрямую обвинил компании в том, что они «содействовали ки-

тайскому режиму», помогая распространять сообщения, исходящие от «неослабной диктатуры Китая», и тем самым поддерживая тайную полицию в ее стремлении подавить «массовое сопротивление». Том Лантос, председатель Комитета по международным отношениям палаты представителей Конгресса, известный демократ и борец за права человека, назвал действия четырех компаний «позором». «Я просто не понимаю, как руководство ваших корпораций может спать ночами», - добавил он. Комментарий широко цитировался главными американскими СМИ.

Однако помимо «содействия диктатуре» в Китае, американских политиков волновали сугубо «домашние» вопросы: не окажется ли компания Google настолько сильна, что сможет монополизировать все рекламные услуги, а кроме того, насколько далеко зашли ее технологии в части получения личной информации онлайн-пользователей и не пора ли пересмотреть законы, связанные с защитой конфиденциальной информации как таковой.

Цели и задачи GR-деятельности:

- Разрушить имидж неэтичной компании, нарушившей демократические принципы.
- Создать мощное лоббистское представительство в Вашингтоне.
- Заручиться поддержкой властей США на развитие новых проектов.

Целевая аудитория:

- Государственные органы США
- Широкая общественность
- СМИ

Решения

В короткие сроки компания Google наняла несколько штатных сотрудников, которые представляли ее интересы в Конгрессе и агентствах Федерального правительства, оплатила авансом услуги нескольких известных лоббистских фирм. Специалисты предложили ряд косвенных мер вместе с технологиями прямого лоббирования в Конгрессе. К примеру, членам избирательных штабов обеих партий предложили специальные семинары, на которых рассказывали, как новые программы и приложения Google могут быть использованы во время политических кампаний, как они облегчат жизнь кандидатов с точки зрения распространения информации среди избирателей и, наоборот, получения обратной связи от электората.

Вскоре представителей компании стали узнавать на Капитолийском холме, приглашать для консультации политтехнологов в сенаторские офисы.

Помимо налаживания отношений с представителями власти в столице, руководство поисковика открыло свои двери для представителей власти, организуя форумы и встречи с сотрудниками компании. Многие ведущие государственные деятели, в том числе кандидаты в президенты Барак Обама, Хилари Клинтон и Джон Эдвардс, по приглашению компании посетили штаб-квартиру Google в Калифорнии и даже выступили на форумах с речами о важности развития новых технологий.

Многие СМИ поместили фотографии популярного тогда Джона Эдвардса на фоне баннера с логотипом Google.

В 2010 году хакеры атаковали почтовые аккаунты Gmail, принадлежащие китайским правозащитникам. Усмотрев в этом прямое давление со стороны китайских властей, Google объявил об отказе от цензуры китайской версии поисковика Google.cn и на два года вовсе прекратил свою работу в этой стране. Более того, после этого руководство компании обратилось к правительствам США и европейских стран с просьбой оказать давление на Китай и снять интернет-цензуру, что, по мнению Google, было нарушением правил свободной торговли.

А спустя два года Google нашел способ, как обойти интернет-цензуру в Китае и предложил это китайским пользователям: теперь поисковик автоматически может найти замену «политически некорректным», с точки зрения пекинских властей, словам и выражениям.

Близкие по значению словосочетания появляются в поисковой строке, и при переходе по этим ссылкам работа в Интернете продолжается без ограничений.

Результаты

После того как Google закрыл свой поисковик в Китае, Конгресс США отметил, что действия, предпринятые компанией, были верны. Тот же конгрессмен Кристофер Смит, прежде обвинявший Google в пособничестве китайским властям, назвал теперь решение Google «замечательным и историческим». В то же время под огнем оказался конкурент Google – теперь уже корпорация Microsoft решила занять освободившуюся бизнес-нишу и продолжила подвергать цензуре запросы китайских пользователей. Вновь последовала критика конгресса.

Чувствуя, что усилия по исправлению имиджа приносят хорошие результаты, Google вступила в лоббистское противостояние с крупнейшими телекоммуникационными компаниями США. Они добивались, чтобы был принят закон, позволяющий взимать дополнительную плату с активных онлайн-пользователей. Google выступила резко против, заявляя об ущемлении прав рядовых пользователей. Однако в то же время эксперты отмечали: компания беспокоилась, что подорожавший трафик резко уменьшит аудиторию видеоканалов, в частности, Youtube.

С момента открытия своего офиса в Вашингтоне Google превратился в ведущего субъекта лоббирования. Только за три месяца 2012 года компания потратила на продвижение и защиту интересов рекордные \$ 5 млн. Это больше, чем траты Microsoft, Apple, Yahoo и Facebook вместе взятые и значительно больше сумм расходуемых на эти цели ведущими компаниями в сфере телекоммуникаций – прежде именно они были лидерами по размерам лоббистских бюджетов. Недавно вашингтонский офис компании возглавила бывший республиканский конгрессмен Сьюзен Молинари (Susan Molinari).

9. Критерии выставления оценок по результатам изучения дисциплины

Освоение обучающимся каждой учебной дисциплины в семестре, независимо от её общей трудоёмкости, оценивается по 100-балльной шкале, которая затем при промежуточном контроле в форме экзамена и дифференцированного зачета переводится в традиционную 4-балльную оценку («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»), а при контроле в форме зачёта – в 2-балльную («зачтено» или «незачтено»). Данная 100-балльная шкала при необходимости соотносится с Европейской системой перевода и накопления кредитов (ECTS).

Соотношение 2-, 4- и 100-балльной шкал оценивания освоения обучающимися учебной дисциплины со шкалой ECTS

Оценка по 4-балльной шкале	Зачёт	Сумма баллов по дисциплине	Оценка ECTS	Градация
5 (отлично)	Зачтено	90 – 100	A	Отлично
4 (хорошо)		85 – 89	B	Очень хорошо
		75 – 84	C	Хорошо
3 (удовлетворительно)		70 – 74	D	Удовлетворительно
		65 – 69		
		60 – 64	E	Посредственно
2 (неудовлетворительно)	Не зачтено	Ниже 60	F	Неудовлетворительно

Критерии оценок ECTS

5	A	« Отлично » – теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному
4	B	« Очень хорошо » – теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному, однако есть несколько незначительных ошибок
	C	« Хорошо » – теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
3	D	« Удовлетворительно » – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки
	E	« Посредственно » – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному
2	F	« Неудовлетворительно » – теоретическое содержание дисциплины не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом дисциплины не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля. Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, с целью активизации самостоятельной работы обучающихся. Объектом промежуточного контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Структура итоговой оценки обучающихся

Критерии и показатели оценивания результатов обучения

№	Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
1	Работа на аудиторных занятиях	20
2	Посещаемость	5
3	Самостоятельная работа	15
4	Текущая аттестация	20
	Итого	60
5	Промежуточная аттестация	40
	Всего	100

*Критерии и показатели оценивания результатов обучения
в рамках аудиторных занятий*

№	Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
1	Подготовка и выступление с докладом	До 8
2	Активное участие в обсуждении доклада	до 2
3	Выполнение практического задания (анализ практических ситуаций, составление документов, сравнительных таблиц)	до _8
4	Другое	до 2
	Всего	20

Критерии и показатели оценивания результатов обучения в рамках посещаемости обучающимися аудиторных занятий

Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
100% посещение аудиторных занятий	5
100% посещение аудиторных занятий. Небольшое количество пропусков по уважительной причине	4
До 30% пропущенных занятий	3
До 50% пропущенных занятий	2
До 70% пропущенных занятий	1
70% и более пропущенных занятий	0

*Критерии и показатели оценивания результатов обучения
в рамках самостоятельной работы обучающихся*

Критерии оценивания	Показатель (оценка в баллах)
Раскрыты основные положения вопроса или задания через систему аргументов, подкреплённых фактами, примерами, обоснованы предлагаемые в самостоятельной работе решения, присутствуют полные с детальными пояснениями выкладки, оригинальные предложения, обладающие элементами практической значимости, самостоятельная работа качественно и чётко оформлена	15–12
В работе присутствуют отдельные неточности и замечания не-принципиального характера	11–9
В работе имеются серьёзные ошибки и пробелы в знаниях	8–5
Задание не выполнено или выполнено с грубыми ошибками	0

*Критерии и показатели оценивания результатов обучения
в рамках текущей аттестации*

Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
Задание полностью выполнено, правильно применены теоретические положения дисциплины. Отмечается чёткость и структурированность изложения, оригинальность мышления	20–17
Задание полностью выполнено, при подготовке применены теоретические положения дисциплины, потребовавшие уточнения или незначительного исправления	16–13

Задание выполнено, но теоретическая составляющая нуждается в доработке. На вопросы по заданию были даны нечёткие или частично ошибочные ответы	12–5
Задание не выполнено или при ответе сделаны грубые ошибки, демонстрирующие отсутствие теоретической базы знаний обучающегося	0

*Критерии и показатели оценивания результатов обучения
в рамках промежуточного контроля*

Промежуточный контроль в форме *зачета* имеет целью проверку и оценку знаний обучающихся по теории и применению полученных знаний и умений.

Критерии и показатели оценки результатов зачета в тестовой форме

Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
Правильно выполненных заданий – 86–100%	40–35
Правильно выполненных заданий – 71–85%	34–25
Правильно выполненных заданий – 51–70%	24–15
Правильно выполненных заданий – менее 50%	14–0

Критерии и показатели оценки результатов зачёта в устной/письменной форме

Критерии оценивания	Показатели (оценка в баллах)
продемонстрировано достаточное знание материала, знание основных теоретических понятий, умение ориентироваться в нормативно-правовой базе; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно изложен материал; продемонстрировано умение делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу; с некоторыми неточностями выполнено практическое задание	40–15
продемонстрировано незнание значительной части программного материала, невладение понятийным аппаратом дисциплины, неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; сделано много существенных ошибок при изложении учебного материала; выявлено неумение делать выводы по излагаемому материалу, выполнить практическое задание	14–0