

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 Общественные дела и лоббирование (Public Affairs and Lobbying)
наименование дисциплины

Автор: Доцент кафедры, к.п.н. Поликанов Д.В.

Код и наименование направления подготовки, программа магистратуры:
38.04.02 Менеджмент, направленность «Лидерство и глобальная конкурентоспособность.
Международная англоязычная магистратура»

Квалификация выпускника: Магистр

Форма обучения: Очная

Цель освоения дисциплины:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-4	Способность к анализу и планированию в области государственного и муниципального управления	ПК-4.2	Способность структурировать информацию о деятельности органов государственной и муниципальной власти и институтов гражданского общества на основании системного, ситуационного и функционального подходов.

План курса:

№	Наименование темы	Содержание
Тема 1	Introduction. Political governance and public policy in Russia. Введение. Политическое управление и публичная политика в России.	Political system and regime in Russia: state institutions, political parties, civil society. Public policy process in Russia: the mechanisms for elaborating, adopting and implementing policies and decisions. Key strategies in economic, social, environmental policies in Russia. Политическая система и режим в России: государственные институты, политические партии, гражданское общество. Процесс государственной политики в России: механизмы разработки, принятия и реализации политики и решений. Ключевые стратегии экономической, социальной, экологической политики в России.
Тема 2	Civilized basis of working with the government Цивилизованные основы работы с властью	Key definitions: the difference between government relations (GR) and lobbying, subject and object of lobbying. Verifying stakeholders and their roles. Creating stakeholders map. GR department in the organization. Organizational structure and functions. Managers competences. KPIs. GR strategy and its elements. GR levels (depending on scale, directions, audience reach). Ключевые определения: разница между государственными отношениями (GR) и лоббизмом, субъект и объект лоббирования. Проверка заинтересованных сторон и их ролей. Создание карты заинтересованных сторон. GR-отдел в организации. Организационная структура и функции. Компетенции менеджеров. КПЭ. GR-стратегия и ее элементы. Уровни GR (в зависимости от масштаба, направления, охвата аудитории).
Тема 3	Regulation of GR activities Регулирование деятельности GR-	Legislative basis of GR in Russia. Current difficulties. Legislative basis of GR in European Union (EU) and the United States. Законодательная база GR в России. Текущие трудности. Законодательная база GR в Европейском Союзе (ЕС) и США.

№	Наименование темы	Содержание
Тема 4	GR for business and NGOs. Public policy and GR GR для бизнеса и НПО. Государственная политика и GR	Why GR is rational? Why the state sees an opportunity in a dialogue with both business and NGOs? Почему GR рациональна? Почему государство видит возможность в диалоге и с бизнесом, и с НПО?
Тема 5	Political risks in the different industries Политические риски в разных отраслях	Definition of political risk. Definition of GR risk. Risk strategies. Определение политического риска. Определение риска GR. Стратегии риска.
Тема 6	Regulatory Impact Analysis (RIA). Анализ регулирующего воздействия (RIA).	Definition of RIA. RIA requirements. RIA approaches. RIA methodology. RIA directions. Key problems of RIA implementation. Определение RIA. Требования RIA. Подходит РИА. Методология АРВ. Направления РИА. Ключевые проблемы внедрения RIA.
Тема 7	GR instruments and communication platforms GR инструменты и коммуникационные платформы	Distinctive instruments: insights, expertise, expert coalitions. PR instruments: media relations, events involving stakeholders, digital and SMM technologies. Platforms for communication, including public councils, working groups, think tanks, development institutions, industry associations. Отличительные инструменты: идеи, экспертиза, экспертные коалиции. Инструменты PR: отношения со СМИ, мероприятия с участием стейкхолдеров, цифровые и SMM-технологии. Платформы для общения, включая общественные советы, рабочие группы, аналитические центры, институты развития, отраслевые ассоциации.

№	Наименование темы	Содержание
Тема 8	Case studies Тематические исследования	<p>GR in agriculture: fighting for national and international markets.</p> <p>Pharmaceutical industry in the imports phase-out period.</p> <p>Meeting the risk of the arising regulation in IT&Telecom.</p> <p>Alcohol and tobacco companies are always in focus of regulators: how to do business.</p> <p>Lobbying on behalf of nonprofit sector – stories of success.</p> <p>GR в сельском хозяйстве: борьба за национальные и международные рынки.</p> <p>Фармацевтическая промышленность в период прекращения импорта.</p> <p>Снижение риска возникновения регулирования в сфере ИТ и телекоммуникаций.</p> <p>Алкогольные и табачные компании всегда в центре внимания регуляторов: как вести бизнес.</p> <p>Лоббирование от имени некоммерческого сектора - истории успеха.</p>

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины «Б1.В.ДВ.03.01 Общественные дела и лоббирование (Public Affairs and Lobbying)» использовались следующие материалы текущего контроля: **диспут, кейс**

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена (**письменный ответ**)

Основная литература:

1. Alberto Bitonti, Phil Harris. Lobbying in Europe: Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries, Palgrave Macmillan, 2017
2. Holyoke, Thomas T.. Interest Groups and Lobbying : Pursuing Political Interests in America, Taylor & Francis Group, 2016. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ranepa.ru:2443/lib/ranepa-ebooks/detail.action?docID=1777120>.