



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

10 июня 2019г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента коммуникаций и
медиа

В.А. Казакова

10 июня 2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Коммуникационные практики привлечения инвестиций»

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

курс 1, семестр 1
лекции – 18 ч.
лабораторные работы – не предусмотрено
практические занятия – 18 ч.
в том числе с использованием МАО 12 ч.
Всего часов аудиторной нагрузки – 36 час.
в том числе с использованием МАО л – 0 / пр.- 12 ч.
самостоятельная работа – 72 час.
контрольные работы (количество) - не предусмотрено
курсовая работа/курсовой проект - не предусмотрено
зачет –12 семестр.

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от 10 июня 2019г.

Директор департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Казакова В.А.
Составитель: доцент, канд. социол.наук Е. Ю. Олейникова

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от « ____ » _____ 201 г. № ____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

II. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от « ____ » _____ 201 г. № ____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

Дисциплина «Коммуникационные практики привлечения инвестиций» предназначена для магистрантов 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль подготовки «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Дисциплина «Коммуникационные практики привлечения инвестиций» входит в Блок 1. Дисциплины (модули), часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений по выбору (Б1.В.ДВ.02.02) и реализуется на 1 курсе очной формы обучения в 1 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов, 3 зачет. ед. Учебным планом предусмотрены лекции – 18 час., практические занятия – 18 час., в том числе в форме интерактива – 12 час., самостоятельная работа студента - 72 часа. Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме зачета в 1 семестре.

Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с основными коммуникативными практиками, которые используются в сфере привлечения инвестиций; раскрытие методов и подходов выстраивания коммуникационных систем, деятельность которых способствует эффективному привлечению инвестиций; ознакомление с широким спектром явлений, сопутствующим процессу привлечения инвестиций.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть основные принципы Investor Relations;
2. Дать понятие о системе интегрированных коммуникаций в IR-бизнесе;

3. Рассмотреть вопрос формирования и IR-управления позитивной репутацией;
4. Рассмотреть вопрос важности связей с IR-аудиторией и контактными группами;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

УК-6 - способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;

ПК-4 - способность применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникационные практики привлечения инвестиций» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия по учебному плану дисциплины не предусмотрены.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(36 часов лабораторных занятий)

Раздел I. Государственная и региональная инвестиционная политика

Лабораторная работа 1. Изучение инвестиционного рынка. Инвестиции как основной объект деятельности в Investor Relations (4 часа).

Задание 1. Изучить мировой и российской инвестиционный рынки и принципы их работы. Выявить основные коммуникации, характерные для

инвестиционного рынка. Сформулировать задачи IR-профессионалов.

Задание 2. Составить список и сделать обзор организаций, работающих на инвестиционном рынке (мировой и российский уровень). Определить основных объектов и субъектов инвестиционной деятельности.

Лабораторная работа 2. Региональные составляющие отношений с инвесторами. (4 час.).

Задание 1. Проанализировать инвестиционный климат в Азиатско-Тихоокеанском регионе (АТР) и привлекательность российского Дальнего Востока для зарубежных инвесторов. Осуществить PEST-анализ территории.

Задание 2. Изучить сайты администраций (правительств) дальневосточных субъектов федерации с целью выявления направления деятельности, связанного с привлечением и управлением инвестициями. Составить таблицу и сравнить деятельность администраций субъектов по этому направлению.

Задание 3. Выявить потенциальные объекты привлечения инвестиций в субъектах Дальневосточного федерального округа. Исследовать аспекты особого интереса инвесторов и риски, вызывающие настороженность инвесторов. Осуществить SWOT-анализ территории.

Лабораторная работа 3. Рейтинги организаций, территорий и стран в системе интегрированных коммуникаций в IR-деятельности
Формирование и IR-управление позитивной репутацией (2 час.).

Задание 1. Изучить рейтинги и рэнкинги инвестиционной привлекательности и их основные критерии.

Задание 2. Разработать собственные показатели и критерии и составить рейтинг (рэнкинг) инвестиционной привлекательности субъектов федерации.

Задание 3. Сформулировать факторы, которые влияют на позитивную корпоративную репутацию и лояльность инвесторов. Определить угрозы для позитивной репутации организации.

Лабораторная работа 4. Оценка инвестиционной привлекательности организации и территории (4 часа).

Задание 1. Определить факторы, влияющие на конкурентоспособность организации, мотивы инвестирования и факторы инвестиционной привлекательности организации.

Задание 2. Выявить ключевые факторы успеха организаций и территорий.

Задание 3. Провести анализ конкурентов по уровню инвестиционной привлекательности.

Задание 4. Осуществить SWOT-анализ организации. Оформить предложения, подчеркивающего уникальность организации.

Раздел II. Управление деятельностью IR Relations

Лабораторная работа 5. Оценка IR-аудитории и контактных групп (2 час.).

Задание 1. Определить IR-аудитории и основных стейкхолдеров и их интересы для организации.

Задание 2. Провести анализ стейкхолдеров для организации по модели MAW.

Задание 3. Провести анализ стейкхолдеров для организации по модели «интерес-влияние».

Лабораторная работа 6. Планирование деятельности организации в сфере IR (2 час.)

Задание 1. Изучить сайты технопарков, бизнес-инкубаторов и их участников с целью определения их миссии и цели.

Задание 2. Сформулировать миссию и цель для проектируемой организации. Составить дерево целей и задач. Определить основные функции подразделений организации.

Лабораторная работа 7. Проектирование инвестиционной привлекательности организации (2 час.).

Задание 1. Сформировать и оформить пакет инвестиционных проектов. Определить круг потенциальных инвесторов.

Задание 2. Составить план целевого информирования потенциальных инвесторов.

Лабораторная работа 8. Организационное обеспечение Investor Relations (2 часа).

Задание 1. Разработать программу создания агентства по привлечению инвестиций.

Задание 2. Сформулировать основные направления деятельности и полномочия агентства по привлечению инвестиций и функции его подразделений.

Лабораторная работа 9. Организационные структуры в IR Relations (2 часа).

Задание 1. Изучить сайты администраций (правительств) дальневосточных субъектов федерации с целью выявления административной структуры привлечения и управления инвестициями.

Задание 2. Изучить сайты технопарков и бизнес-инкубаторов с целью определения организационной структуры и выявления функций отделов по связям с общественностью.

Раздел III. Технологии публичных отношений в улучшении инвестиционной привлекательности

Лабораторная работа 10. Место пресс-службы в IR-деятельности организации. Аналитическая деятельность пресс-службы в IR-деятельности (4 часа).

Задание 1. Сформулировать стратегические цели и задачи пресс-службы в Investor Relations.

Задание 2. Выявить основные СМИ Азиатско-Тихоокеанского региона в сфере IR-деятельности. Составить карту СМИ.

Задание 3. Провести мониторинг материалов СМИ АТР и Дальнего Востока.

Задание 4. Составить план деятельности пресс-службы в IR на год.

Лабораторная работа 11. Работа со СМИ в IR-деятельности (2 часа).

Задание 1. Составить бэкграундер для проектируемой организации.
Составить пресс-релиз о событии организации.

Задание 2. На основе карты СМК АТР определить интересные для данных СМИ темы и написать текст в одно из них о конкретной организации Дальнего Востока. Отработать принципы борьбы с негативизмом в СМИ.

Лабораторная работа 12. Креативное и организационное направление коммуникационной деятельности в IR (4 часа).

Задание 1. Продумать и создать информационные поводы в условиях кризиса.

Задание 2. Отработать методы «комментарий», «организованная утечка информации» как инструменты работы с журналистами.

Задание 3. Разработать мероприятия для журналистов и стейкхолдеров (идея-шоу, питч-сессия, ланч-встреча, пресс-конференция, специализированные культурные мероприятия и др.).

Задание 4. Разработать мероприятия по привлечению VIP-персон с целью улучшения инвестиционной привлекательности организации/территории.

Лабораторная работа 13. Использование современных технологий в улучшении инвестиционной привлекательности организации (2 часа).

Задание 1. Разработать концепцию и тех.задание для создания специализированного интернет-портала по привлечению инвесторов.

Задание 3. Продумать факторы формирования дополнительной мотивации инвесторов (превышение ожиданий).

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

V.	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Государственная и региональная инвестиционная политика	ПК-2, ПК-11	Знает: Основную терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR. Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию	УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест	УО-1, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 3-6, 21-25
			Умеет: Использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в		
			Владеет: Навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию и навыками корректировки IR кампании в течение ее проведения.		
2	Раздел II. Управление деятельностью IR Relations	ПК-8, ПК - 11	Знает: Основные понятия, касающиеся затрат и результатов деятельности организации Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию	УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест	УО-1, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 1-8, 32-33
			Умеет: Разрабатывать эффективную организационную структуру в сфере IR Relations; Оценивать эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации		
			Владеет: Навыками		

		эффективного воздействия на целевую аудиторию и методами оценки эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации		
--	--	--	--	--

3	Раздел III. Технологии паблрикейшнз в улучшении инвестиционной привлекательности	ПК-11, ПК-2	Знает: Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию; методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.	УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест	УО-1, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 9-20, 26-31
			Умеет: Использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR; планировать кампании по привлечению инвестиций, а также создавать системы влияния на целевую аудиторию; использовать методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.		
			Владеет: Навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию в рамках деятельности IR; Навыками корректировки IR кампании в течение ее проведения.		

Вопросы к экзамену, методические материалы, определяющие процедуры оценивая знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО- МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

1. Инвестиционные риски в маркетинге: Учебное пособие / Т.И. Урясьева. – М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 128 с. <http://znanium.com/catalog/product/426354>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичность, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. – 324 с. – <http://znanium.com/catalog/product/342869>

Дополнительная литература

1. Мэрфи, Дж. Визуальный инвестор [Электронный ресурс]: как выявлять рыночные тренды/ Джон Мэрфи – Электрон. текстовые данные. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 328 с. – <http://www.iprbookshop.ru/48412.html>
2. Психология рекламы: учебное пособие / Р.И. Мокшанцев; науч. ред. М.В. Удальцова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 232 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=429960>
3. Санталова, М.С. Построение оптимальной организационной структуры подразделения по отношению с инвесторами // Вопросы экономических наук. 2015. № 6 (76). С. 75-77. <https://elibrary.ru/item.asp?id=25257741>
4. Санталова, М.С. Функции подразделения по отношению с инвесторами как инструмент достижения справедливой стоимости компании // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2015. № 22. С. 13-19. <https://elibrary.ru/item.asp?id=24295846>
5. Сарангова, Т.А., Терминология Investor Relations в русском и английском языках : монография / Т.А. Сарангова. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 126 с. <http://znanium.com/catalog/product/559476>
6. Спиридонов, Е.Ю. Управление отношениями компании с инвесторами // Сборник: Экономика и управление: проблемы, тенденции, перспективы развития сборник материалов IV международной научно-практической конференции. 2016. С. 92-95. <https://elibrary.ru/item.asp?id=27320912>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Энциклопедия маркетинга - статьи и выдержки из книг по маркетингу, материалы по маркетинговым исследованиям и программному обеспечению. Обзоры рынка маркетинговых услуг – <http://www.marketing.spb.ru/>
2. Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п. - <http://www.advertology.ru/>
3. 4p.ru"- электронный журнал о маркетинге и рекламе - Теория и практика рекламного дела. Материалы по маркетингу, брендингу, мерчендайзингу: результаты маркетинговых и рекламных исследований - <http://www.4p.ru/main/index.php>
4. Информационный портал РБК - мультимедийный холдинг, ведет операционную деятельность в сегментах бизнес-медиа интернет, телевидения и прессы. - <https://www.rbc.ru>
5. Инвестиционная палата - входит в топ-10 крупнейших брокерских компаний России по размеру клиентской базы <https://investpalata.ru>
6. Агентство Дальнего Востока по привлечению инвестиций и поддержке экспорта - <https://www.investvostok.ru/>
7. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru/>
8. Научная электронная библиотека eLIBRARY www.elibrary.ru
9. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности www.sci-innov.ru
10. Научная библиотека ДВФУ <http://www.dvfu.ru/web/library/nb1>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Коммуникационные практики привлечения инвестиций – IR» выполняется по следующему алгоритму.

1. Для усвоения материала студентам предлагается самостоятельное изучение теоретического материала.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит реферат, который защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена лабораторными занятиями, на которых студенты проводят собственные исследования и составляют отчет по ним. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к лабораторным занятиям, а также составить глоссарий, используя самостоятельные домашние задания, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников. Подготовка отчетов по лабораторным работам также относится к самостоятельной работе студента.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно

подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов.

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

Экзамен проводится в виде устного собеседования и оценка выставляется в общей совокупности всех отчетов по лабораторным работам с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов тестирования и реферата, составленного глоссария.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
<p>Компьютерный класс Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.); 7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных;</p> <p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuagex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p>	<p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд.609</p> <p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 612</p>

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и

читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ

по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR»
Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Владивосток

2019

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-18 неделя	Подготовка к лабораторным работам	28 час.	Работа на лабораторных занятиях, отчет по лабораторному занятию
2.	1-17 неделя	Составление глоссария	5 час.	Предоставление глоссария
3.	1-18 неделя	Доработка отчетов по лабораторным занятиям	10 час.	Предоставление и защита отчета
4.	3-17 неделя	Подготовка письменной работы (реферат)	18 час.	Защита реферата
5.	16-18 неделя	Подготовка к тестированию	11 час.	Сдача теста
	ВСЕГО:		72 час.	

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к лабораторным занятиям.
2. Доработка отчетов по лабораторным занятиям.
3. Составление глоссария по теме IR Relations.
4. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
5. Подготовка к тестированию.

Подготовка к лабораторным занятиям:

Необходимо внимательно изучить план соответствующего лабораторного занятия. Выполнение лабораторной работы должно базироваться на знаниях, полученных из научной и учебной литературы. По каждой лабораторной работе необходимо составление отчета. Для подготовки отчета следует внимательно изучить рекомендуемую литературу и интернет-источники и проанализировать ситуацию в соответствии с заданием. Задания носят творческий характер и необходимы для развития мыслительных способностей

студента и реализации теоретических знаний на практике.

Основные требования к содержанию отчета по лабораторной работе

При написании отчета студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание отчета должно быть конкретным, представленным в виде таблиц, схем, диаграмм. Необходимо придерживаться логики изложения. Отчет должен заканчиваться подведением итога по изученному материалу.

По своей *структуре* отчет состоит из:

1. Титульного листа;

2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно исследуется проблема. Текст отчета должен содержать таблицы, графики, иллюстративный материал;

4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе исследования.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются источники, на которые ссылается студент при подготовке отчета.

Объем отчета зависит от изучаемой темы, но не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Отчет пишется студентами по каждой лабораторной работе в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете отчета учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной

терминологией, грамотность. Отчет оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

Составление глоссария

Глоссарий – толковый словарь понятий и терминов, употребляемых в изучаемой дисциплине.

Для составления глоссария необходимо осуществить поиск информации из разных источников (Интернет, энциклопедии, учебная литература), изучить их и составить в рукописном варианте или пользуясь текстовым редактором.

Общие требования составления глоссария

- Глоссарий состоит из слов, соответствующих тематике задания.
- Допускается использование иностранных слов, если они подходят теме.
- Аббревиатуры, сокращения должны быть расшифрованы;
- Слова должны быть написаны разборчиво, по возможности напечатаны.

Основные требования к содержанию реферата

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;

2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;

4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

Темы рефератов

1. Роль ИР-службы в привлечении капитала;

2. Место ИР-службы в структуре компании;

3. Основы корпоративного управления в компании;

4. Структура и основные инструменты финансового рынка;
5. Основы оценки бизнеса и финансового менеджмента;
6. Принципы раскрытия информации о компании;
7. Практические аспекты деятельности по связям с инвесторами: теория и практика;
8. Репутационный менеджмент: принципы, формы, механизмы;
9. Технологии создания и управления репутацией в бизнесе;
10. Investor Relations: принципы, формы, механизмы;
11. Технологии IR в современной бизнес-практике;
12. Использование социальных медиа в практике взаимодействия с инвесторами;
13. Использование PR в повышении инвестиционной привлекательности;
14. Паблик рилейшнз на фондовом рынке;
15. Принципы запроса на получение информации;
16. Особенности работы с финансовой (инвестиционной) информацией;
17. Этапы динамической коммуникации инвестора и эмитента, сопутствующие материалы;
18. Инвестиционная привлекательность компании;
19. Инвестиционная привлекательность региона;
20. Значение PR в процессе проведения IPO;
21. Средства и методы конструирования корпоративного имиджа;
22. IR в корпоративном пространстве;

Подготовка к тестированию

При подготовке к тестированию студент должен повторить изученный в течение семестра материал.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине **«Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR»**
Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

Владивосток

2019

Паспорт ФОС

Содержание компетенций дисциплины и этапы ее формирования

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-2 - способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.	Знает	Основную терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.
	Умеет	Использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.
	Владеет	Навыками корректировки IR кампании в течение ее проведения.
ПК-8 - способность оценивать затраты и результаты деятельности организации.	Знает	Основные понятия, касающиеся затрат и результатов деятельности организации
	Умеет	Оценивать эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации
	Владеет	Методами оценки эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации
ПК-11- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.	Знает	Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию.
	Умеет	Планировать кампании по привлечению инвестиций, а также создавать системы влияния на целевую аудиторию. Разрабатывать эффективную организационную структуру в сфере IR Relations
	Владеет	Навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию в рамках деятельности IR.

Содержание этапов формирования компетенций и структура оценочных средств дисциплины

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Государственная и региональная	ПК-2, ПК-11	Знает: Основную терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.	УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6	УО-1, Устный опрос (экзамен).

	инвестиционная политика		<p>Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию</p> <p>Умеет: Использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.</p> <p>Владеет: Навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию и навыками корректировки IR кампании в течение ее проведения.</p>	<p>Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест</p>	<p>Вопросы: 3-6, 21-25</p>
2	Раздел II. Управление деятельностью IR Relations	ПК-8, ПК - 11	<p>Знает: Основные понятия, касающиеся затрат и результатов деятельности организации Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию</p> <p>Умеет: Разрабатывать эффективную организационную структуру в сфере IR Relations; Оценивать эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации</p> <p>Владеет: Навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию и методами оценки эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации</p>	<p>УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест</p>	<p>УО-1, Устный опрос (экзамен). Вопросы: 1-8, 32-33</p>
3	Раздел III. Технологии публичных отношений в улучшении инвестиционной привлекательности	ПК-11, ПК-2	<p>Знает: основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию; методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.</p> <p>Умеет: Использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR; планировать кампании по привлечению инвестиций,</p>	<p>УО-1, ПР-1, ПР-4, ПР-6 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление глоссария, реферат, тест</p>	<p>УО-1, Устный опрос (экзамен). Вопросы: 9-20, 26-31</p>

			а также создавать системы влияния на целевую аудиторию; использовать методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.		
			Владеет: навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию в рамках деятельности IR; Навыками корректировки IR кампании в течение ее проведения.		

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
ПК-2 - способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.	знает (пороговый уровень)	- основную терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.;	знание определений, основных понятий и методов предметной области дисциплины	- способность дать определение IR-кампании; - способность раскрыть типологию IR - кампаний; - различать коммуникационные и организационные проблемы в области IR;
	умеет (продвинутый уровень)	- использовать терминологию и методы контрольных мероприятий в рамках кампании по IR.	- умение использовать в своей деятельности специальную терминологию, концепции разработки и реализации кампаний области investment relations.	- способность планировать кампании в области IR; - способность формировать системы влияния на целевую аудиторию; - способность использовать методы контроля кампаний в области IR.

	владеет (высокий)	- Навыками корректировки IR-кампании в течение ее проведения.	владение систематическими знаниями в области организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности организации.	- способность применять методы эффективного воздействия на целевую аудиторию; - способность корректировать IR- кампанию в течение ее проведения.
ПК-8 способность оценивать затраты и результаты деятельности организации.	знает (пороговый уровень)	основные понятия, касающиеся затрат и результатов деятельности организации.	- знание основных понятий, касающихся затрат и результатов деятельности организации.	- способность сформулировать и перечислить основные понятия, касающиеся затрат и результатов деятельности организации.
	умеет (продвинутый уровень)	оценивать эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации.	- умение выявлять основные затраты и результаты и оценить эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации.	- способность выявить основные затраты и результаты и оценить эффект рекламно-коммуникационной деятельности организации.
	владеет (высокий уровень)	методами оценки эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации.	-владение методами расчета и оценки эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации.	- способность рассчитать и оценить основные показатели эффективности рекламно-коммуникационной деятельности организации.
ПК-11 способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования	знает (пороговый уровень)	Основные этапы кампании по привлечению инвестиций, методы и приемы влияния на целевую аудиторию.	- знание основных подходов к организационному планированию; - знание основных подходов к реализации кампании.	- способность реализовывать кампанию по привлечению инвестиций; - способность выбора оптимального подхода реализации кампании.

инновационных проектов	умеет (продвинутый уровень)	- планировать кампании по привлечению инвестиций, а также создавать системы влияния на целевую аудиторию. - разрабатывать эффективную организационную структуру в сфере IR Relations.	- умение управлять информационным и потоками в IR; - умение работать с IR-аудиторией и контактными группами в investor relations; - умение сформировать организационную структуру; - умение анализировать коммуникационные процессы в investor relations.	- способность управлять информационным и потоками в IR; - способность работать с IR-аудиторией и контактными группами в investor relations; - способность составить схему организационной структуры; - способность проведения анализа в investor relations.
	владеет (высокий)	- навыками эффективного воздействия на целевую аудиторию в рамках деятельности IR.	- владение всем комплексом технологий воздействия на целевую аудиторию, привлечение и дальнейшее сотрудничество с инвесторами.	- способность находить интересы и способы коммуникации со стейкхолдерами; - способность развивать и поддерживать коммуникации с инвесторами.

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на лабораторных занятиях и подготовка отчетов по ним, составление глоссария, сдача реферата, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

Объектами оценивания выступают:

Работа на лабораторных занятиях

Отчет по лабораторной работе

Глоссарий

Реферат

Результаты тестирования.

Работа на лабораторных занятиях:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности и самостоятельности работы на лабораторных занятиях, качественному изложению материала в отчетах по лабораторной работе, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие:

10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ПК-2, ПК-8, ПК-11) – работа отличается глубиной и полнотой раскрытия темы, логичностью, последовательностью и аргументированностью, умением понять сущность вопроса, делать выводы и обобщения;

8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ПК-2, ПК-8, ПК-11): умение понимать сущность проблем, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности;

7,5-6,0 балл – в работе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ПК-2, ПК-8, ПК-11), но проявляется недостаточная глубина и полнота раскрытия темы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются ошибки в работе;

менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов компетенций дисциплины (ПК-2, ПК-8, ПК-11): неглубокое раскрытие проблемы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в работе.

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* (ПК-2, ПК-8, ПК-11) определяется при составлении глоссария, защите реферата и при тестировании, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «незачтено»).

Критерии оценки отчета по лабораторной работе

Отчет оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

- 10 - 6 баллов - студент понимает базовые основы изучаемых вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия изучаемой проблемы, методы решения научных проблем, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в оформлении работы;

- менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины: работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких - бы то ни было комментариев, работа не структурирована, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки глоссария

Глоссарий оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

- 10 - 6 баллов - студент составил подробную характеристику понятий и терминов (более 30 ед.), понимает основные изучаемые термины, глоссарий состоит из слов, соответствующих тематике задания, аббревиатуры, сокращения должны быть расшифрованы, фактических ошибок нет;

менее 6 баллов – проявлены незнания базовых терминов и понятий, приведено менее 30 понятий и терминов, работа представляет собой полностью или большей частью скопированный из интернет-источников исходный текст (плагиат), допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании, в оформлении работы.

Критерии оценки реферата

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10 - 6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

- 10 - 6 баллов - студент понимает базовые основы изучаемых вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия изучаемой дисциплины; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы предмета дисциплины и понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

- менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины: работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких - бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Реферат по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Критерии оценки выполнения тестового задания

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно.

*Тесты по курсу «Коммуникационные практики привлечения инвестиций
- IR»*

1. Какое утверждение верно?

- а) IR является частью PR;
- б) PR является частью IR;
- в) PR и IR равные по своей значимости;
- г) PR и IR— это понятие из разных областей знания и между собой никак не соотносятся.

2. Сколько основных направлений в системе интегрированных коммуникаций по связям с инвесторами?

- а) одно;
- б) два;
- в) три;
- г) четыре.

3. Входит ли группа микроэкономических факторов в систему факторов, которые являются важнейшими в работе IRспециалиста?

- а) да;
- б) нет.

4. Можно ли отнести к внешним корпоративным ресурсам уровень информационной культуры?

- а) да;
- б) нет.

5. Есть ли специфика «отношений» с целевой аудиторией в IRв отличие от PR и GR?

- а) да;
- б) нет.

6. Сколько выделяется основных контактных групп в IR-бизнесе?

- а) три;
- б) четыре;
- в) пять;
- г) шесть.

7. Сколько блоков включает в себя IR-кейс?

- а) три;
- б) четыре;
- в) пять;
- г) шесть

8. Является ли аналитическое направление частью деятельности пресс-службы в рамках IR?

- а) да;
- б) нет.

9. Среднесрочный план работы пресс-службы в IR рассчитывается на:

- а) больше года;
- б) полгода - год;
- в) до года.

10. «Линейный» алгоритм передачи информации в СМИ представляет собой:

- а) информация передается всем СМИ сразу;
- б) информация передается от авторитетных СМИ к мелким;
- в) информация передается от мелких СМИ к авторитетным.

11. Является ли ограничение круга ньюсмейкеров одним из правильных действий во время «кризиса»?

- а) да;
- б) нет.

12. Входит ли «организованная утечка информации» в арсенал пресс-службы в рамках IR-работы?

- а) да;
- б) нет.

13. Формы участия государства в инвестиционной политике:

- а) организатор инвестиционно-финансового рынка, участник инвестиционно-финансового рынка;
- б) участник инвестиционно-финансового рынка, менеджер инвестиционных процессов;
- в) организатор инвестиционно-финансового рынка, участник инвестиционно-финансового рынка, менеджер инвестиционных процессов.

14. Установочная функция государства в реализации государственной инвестиционной политики заключается в:

- а) в определении стратегических целей и приоритетов, в постановке задач инвестиционной политики на предстоящий период;
- б) поисках источников инвестиционных ресурсов, в определении путей их привлечения для решения поставленных задач
- в) безусловном и ускоренном решении ключевых приоритетных задач инвестиционной политики.

15. Входит ли в стадии стратегического планирования привлечения инвестиций «анализ сильных и слабых сторон объекта»?

- а) да;
- б) нет.

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям и написание реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовке к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка на экзамене является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Оценка на экзамене выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены лабораторные работы, глоссарий, реферат, тестирование (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

Критерии оценки устного ответа на экзамене

по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR»

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.

2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.

3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.

4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

✓ 100-85 балл - ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень контрольных вопросов к экзамену

1. Определение Investor Relations. Задачи IR-профессионалов;

2. Цели и IR-функции PR-службы организации. Требования к IR-специалистам;
3. Система интегрированных коммуникаций в IR-деятельности;
4. Формирование и IR-управление позитивной репутацией;
5. IR-аудитория и контактные группы в Investor Relations;
6. SWOT-анализ в Investor Relations;
7. PEST-анализ в Investor Relations;
8. Анализ стейкхолдеров;
9. Формальная и неформальная работа со СМИ в Investor Relations;
10. Принципы борьбы с негативизмом в СМИ;
11. Деятельность пресс-службы в Investor Relations;
12. Стратегические цели и задачи пресс-службы в Investor Relations;
13. Аналитическая деятельность пресс-службы в IR-деятельности:
составление карты СМК;
14. Аналитическая деятельность пресс-службы в IR-деятельности:
мониторинг материалов СМК;
15. Организация управления информационными потоками в IR;
16. Механизмы создания информационных поводов в IR;
17. Создание информационных поводов в IR;
18. «Комментарий» как инструмент работы с журналистами;
19. Организованная утечка информации;
20. Мероприятия для журналистов;
21. Привлечение инвестиций как основной объект деятельности в Investor Relations;
22. Инвестиционная политика государства;
23. Стратегия привлечения инвестиций;
24. Оценка инвестиционной привлекательности организации;
25. Анализ конкурентов по уровню инвестиционной привлекательности;
26. Коммуникационная стратегия в Investor Relations;
27. Важность имиджа и репутации в Investor Relations;

28. Влияние СМК на восприятие организации в инвестиционном информационном поле;
29. Использование инструментов PR в улучшении инвестиционной привлекательности организации;
30. Целевое информирование потенциальных инвесторов;
31. Подготовка мероприятий и презентация социальных программ, реализуемых при участии инвесторов;
32. Организационное обеспечение в Investor Relations: особенности создания агентства по привлечению инвестиций;
33. Организационное обеспечение в Investor Relations: деятельность агентства по привлечению инвестиций.

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

Департамент коммуникаций и медиа

ОП 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина «Коммуникационные практики привлечения инвестиций
- IR» Форма обучения очная

Семестр обучения _1, осенний

Реализующая кафедра: Департамент коммуникаций и медиа

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Определение Investor Relations. Задачи IR-профессионалов
2. Механизмы создания информационных поводов в IR

Директор ДКиМ, к.полит.н. доцент _____ В.А. Казакова