





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)


УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


Н.А. Аргылов
(подпись) (ФИО.)
«10» января 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
PR-технология привлечения инвестиций
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль Реклама и связи с общественностью
Форма подготовки очная

курс 3 семестр 5
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы 00 час.
в том числе с использованием МАО лек. /пр. 0 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.
в том числе с использованием МАО 0 час.
самостоятельная работа 72 час.
в том числе на подготовку к экзамену 00 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрены
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены
зачет 5 семестр
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.
Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А. 
Составители: к.полит.н., доцент ДКМ Самойленко П.Ю.

Владивосток
2020

Оборотная сторона титульного листа РПД

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

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

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

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью дисциплины является 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:

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;

Формируемые компетенции и индикаторы

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (должны быть учтены все ОПК из п. 3.3 ФГОС ВО 3++):

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)

Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий</p> <p>ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч. внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p>	<p>ПК-8 способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> <p>ПК-8.3 Владеет навыками</p>

			организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта
--	--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ (18 час.)

Лекция 1. Введение в investor relations. Широкий и узкий смысл понятия.

Основные аудитории, инструменты, каналы. Внешние ограничения. (4 часа).

Выяснение имеющегося у студентов опыта взаимодействия с акционерными обществами, крупнейшие российские и зарубежные акционерные компании; когда и где возникает потребность в IR, представление исследований российской IR-отрасли, карьера (поиск актуальных IR-вакансий на hh и superjob). Акционерное финансирование компаний (крупнейшие акционерные компании, известные частные компании), основные участники процесса, положение IR-службы внутри компании, аудитории (аналитики и управляющие, финансовые и бизнес журналисты), регулирование раскрытия информации, основные каналы и инструменты, IR-календарь. Источники информации, литература, отраслевые мероприятия.

Лекция 2. Фондовый рынок – базовое устройство, ценные бумаги, участники, процессы (4 часа).

Система финансирования компаний: рынки капитала, акции, облигации, паи фондов, депозитарные расписки (базовые характеристики ценных бумаг, факторы, влияющие на цену бумаг). Торговля ценными бумагами, биржи (Московская биржа, LSE, NASDAQ, NYSE, SGX, HKEx), индексы; брокеры, институциональные и частные инвесторы; инвестиционный процесс, активное и пассивное инвестирование, различные инвестиционные стратегии, учёт культурологических особенностей при общении с зарубежными инвесторами.

Лекция 3. Подходы к оценке компаний. Базовые финансовые вычисления (3 часа)

Три подхода к оценке бизнеса (по затратам на воссоздание, дисконтирование будущих потоков (DCF), по коэффициентам); основные

коэффициенты, оценка по коэффициентам; 9 изменение стоимости денег во времени, present value & future value, подходы к оценке по DCF- модели; понятие консенсус-оценки.

Лекция 4. Принципы внутреннего устройства компаний. Корпоративное управление (3 часа)

Типы юридических лиц, акционерные компании, права акционеров, система корпоративного управления в компании, совет директоров, независимые директора, внутренние документы, регулирующие корпоративное управление, обязательное раскрытие, возможности добровольного раскрытия, коммуникация достижений компании в области корпоративного управления.

Лекция 5. IR-инструментарий-2. Примеры коммуникаций в ходе размещения ценных бумаг (2 часа)

Создание investment case (story), коммуникационный процесс в ходе размещения ценных бумаг (IPO/SPO), коммуникации в случае размещения внутри России, в случае двойного листинга и в случае размещения зарубежной компании, владеющей активами в России

Лекция 6. Обобщение. Поиск дополнительной информации. Возможности IR-карьеры. (2 часа)

IR-ассоциации, источники дополнительной информации, разбор пройденного материала, обсуждение со студентами сферы коммуникаций с инвесторами, перспектив её развития, перспектив карьеры (изменилось ли мнение относительно привлекательности IR-карьеры по сравнению с первым занятием); предложения студентов по содержанию курса.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические работы (18 час.)

Раздел I. Государственная и региональная инвестиционная политика

Практическое занятие 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.

Практическое занятие 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.

Практическое занятие 3. Рейтинги организаций, территорий и стран в системе интегрированных коммуникаций в IR-деятельности

Формирование и IR-управление позитивной репутацией (4 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.

Практическое занятие 4. Оценка инвестиционной привлекательности организации и территории (6 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.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «PR-технология привлечения инвестиций» 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-1	ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной	УО-2, УО-4 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление	УО-2, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 3-6, 21-25

			стратегии	е гlossария, реферат, тест	
			ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		
2	Раздел II. Управление деятельностью IR Relations	ПК-1	ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий	УО-2, УО-4 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление	УО-2, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 1-8, 32-33
			ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	е гlossария, реферат, тест	
			ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		

3	<p>Раздел III.</p> <p>Технологии публичных рилейшнз в улучшении инвестиционной привлекательности</p>	ПК-8	<p>ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> <p>ПК-8.3 Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта</p>	<p>УО-2,</p> <p>УО-4</p> <p>Выполнение лабораторных заданий и отчетов,</p> <p>составление глоссария, реферат, тест</p>	<p>УО-2,</p> <p>Устный опрос (экзамен).</p> <p>Вопросы : 9-20, 26-31</p>
---	--	------	---	--	--

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, 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 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, 2016. - 128 с. <http://znanium.com/catalog/product/426354>
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Шарков Ф.И. - М.: Дашков и К, 2018. – 324 с. – <http://znanium.com/catalog/product/342869>
3. 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>

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. 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>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «PR-технология привлечения инвестиций» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала магистрам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата, доклада или эссе. Магистр выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Во второй половине семестра магистру предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. С этой целью ему необходимо проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных

ответов. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету. Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель AVervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

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.

VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ Паспорт ФОС

Содержание компетенций дисциплины и этапы формирования

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает	Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий
	Умеет	Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	Владеет	Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-8 Способность осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает	Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
	Умеет	Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта
	Владеет	Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта

Содержание этапов формирования компетенций и структура оценочных средств дисциплины

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-1	ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий	УО-2,	УО-2,
			ПК-1.2. Умеет осуществлять	УО-4 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составлени	Устный опрос (экзамен). Вопросы : 3-6, 21-25

			<p>тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	е гlossария, реферат, тест	
			<p>ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>		
2	Раздел II. Управление деятельностью IR Relations	ПК-1	<p>ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий</p>	<p>УО-2, УО-4 Выполнение лабораторных заданий и отчетов, составление</p>	<p>УО-2, Устный опрос (экзамен). Вопросы : 1-8, 32-33</p>
			<p>ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>	е гlossария, реферат, тест	
			<p>ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>		

--	--	--	--	--	--	--	--

3	<p>Раздел III.</p> <p>Технологии публичных отношений в улучшении инвестиционной привлекательности</p>	ПК-8	<p>ПК-8.1 Знает понятие проекта: индивидуального, коллективного; определение ролей в проекте; типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-8.2 Умеет разрабатывать проекты с учетом современных тенденций в профессиональной сфере, определять сроки выполнения проекта</p> <p>ПК-8.3 Владеет навыками организации проектной работы, методами решения кризисных ситуаций в результате выполнения проекта, оценки эффективности реализованного проекта</p>	<p>УО-2,</p> <p>УО-4</p> <p>Выполнение лабораторных заданий и отчетов,</p> <p>составление глоссария, реферат, тест</p>	<p>УО-2,</p> <p>Устный опрос (экзамен).</p> <p>Вопросы : 9-20, 26-31</p>
---	---	------	---	--	--

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «PR-технология привлечения инвестиций» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Коммуникационные практики привлечения инвестиций» проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 Собеседование, УО-2 круглый стол, диспут, полемика, дебаты.

Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Собеседование	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины

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

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Критерии оценки (устного доклада, дискуссии, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

ценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			

раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
представление	Представляемая информация не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
формление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. 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 лекционного 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 и содержания лекционного курса; 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.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к тестированию теста.

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). Реферат должен заканчиваться выводением 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.Заклучения, 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 — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см. 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».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Теория и практика электорального поведения», должен носить исследовательский характер, а студент

способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы рефератов

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

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов на зачет:

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.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «PR-технология привлечения инвестиций»:**

100-61	«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки компетенций дисциплины (ПК-1) , если он глубоко и прочно усвоил программный материал по философии и методологии науки, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видеоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты письменных работ, прохождения тестирования.
менее 61	«не зачтено»	Оценка «не зачтено» не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на семинарских занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены письменные работы. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины