

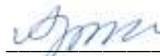


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

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 кампании 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, зачтенных 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, составление | 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 |