



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

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

«СОГЛАСОВАНО»  
Руководитель ОП

  
Р.А. Захаркин  
«10» марта 2021 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента коммуникаций и  
медиа

  
Н.А. Аргылов  
«10» марта 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR**

**Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»**

**Программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью»**

**Форма подготовки очная**

курс 2, семестр 3  
лекции – не предусмотрены  
лабораторные работы – не предусмотрено  
практические занятия – 18 ч.  
в том числе с использованием МАО 00 ч.  
Всего часов аудиторной нагрузки – 18 час.  
в том числе с использованием МАО л – 0 / пр.- 00 ч.  
самостоятельная работа – 18 час.  
контрольные работы (количество) - не предусмотрено  
курсовая работа/курсовой проект - не предусмотрено  
зачет – 3 семестр.  
экзамен – не предусмотрено

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 обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» марта 2021 г.

Директор департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Аргылов Н.А.  
Составитель: канд. социол.наук Е. Ю. Олейникова

**Владивосток  
2021**

## Оборотная сторона титульного листа РПУД

### 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)

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

*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:*

- Изучить основных игроков и принципы работы инвестиционной сферы
- Раскрыть основные принципы Investor Relations;
- Рассказать о системе интегрированных коммуникаций в IR-бизнесе;
- Рассмотреть вопрос формирования и IR-управления позитивной репутацией;
- Рассмотреть вопрос важности IR-аудитории и контактных групп;

В результате изучения дисциплины «Коммуникационные практики привлечения инвестиций – IR» у обучающихся формируются следующие компетенции/элементы.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного / функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR-агентства

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	рекламы и связей с общественностью	ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Авторский	ПК -3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-3.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач
		ПК-3.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства	Знает основные принципы и структуру фондового рынка
	Умеет составлять список основных стейкхолдеров и их интересов в сфере IR
	Владеет методикой проведения анализа основных стейкхолдеров компании в сфере IR
ПК-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает основы организации работы по связям с инвесторами
	Умеет организовывать собственную работу и работу команды по разработке проекта коммуникации в сфере IR и представления в виде презентации
	Владеет навыками разработки элементов корпоративной идентичности и корпоративной культуры в сфере IR
ПК-3.2 Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	Знает основные виды специальных событий и мероприятий, характерных для построения отношений с инвесторами
	Умеет работать в команде по созданию сценариев для специальных событий и мероприятий в сфере IR

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	Владеет навыком создания сценария специального события в сфере IR
ПК-3.3 Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны	Имеет представление об основах формирования репутации в сфере IR
	Умеет составлять презентацию и отчеты по результатам работы
	Владеет навыком анализа репутационного образа различных инвестиционных институтов

## II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачёт. ед. (36 академических часов). (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине являются:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения

### 1. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	
1	Коммуникационные практики привлечения инвестиций - IR	3			18		18		Зачет
	Итого:				18		18		

## III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия не предусмотрены планом

## **IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**(18 часов практических занятий)**

### **Раздел I. Государственная и региональная инвестиционная политика**

#### **Практическое занятие 1. Изучение инвестиционного рынка. Инвестиции как основной объект деятельности в Investor Relations (2 часа).**

Задание 1. Изучить мировой и российской инвестиционный рынки и принципы их работы. Определить основные понятия в инвестиционной сфере. 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. (2 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 (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.

**Практическое занятие 4. Оценка инвестиционной привлекательности организации и территории (2 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.

**Раздел II. Технологии паблик рилейшнз в управлении деятельностью IR Relations**

**Практическое занятие 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».

**Практическое занятие 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.

### **Практическое занятие 7. Проектирование инвестиционной привлекательности организации (2 час.).**

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

Задание 2. Разработать мероприятия для журналистов и стейкхолдеров (идея-шоу, питч-сессия, ланч-встреча, пресс-конференция, специализированные культурные мероприятия и др.). Роудшоу, день инвестора и другие ивенты в обеспечении IR-деятельности организации.

Задание 3. Разработать мероприятия по привлечению VIP-персон с целью улучшения инвестиционной привлекательности организации/территории.

### **Практическое занятие 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.

### **Практическое занятие 9. Место пресс-службы в IR-деятельности организации. Аналитическая деятельность пресс-службы в IR-деятельности (2 часа).**

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

Задание 2. Составить план деятельности пресс-службы в IR на год.

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся включает в себя:

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

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

- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
1.	1-18 неделя обучения	Подготовка к практическим занятиям, подготовка сообщений и докладов.	18 час.	Работа на практических занятиях, сообщения, доклады. Защита практического задания группами и индивидуально.

### **Подготовка докладов, сообщений на практических занятиях**

Подготовка сообщений и докладов по вопросам практических занятий являются ведущим дидактическим инструментом в изучении данной дисциплины.

Доклад – это научный труд, построенный в лекционной форме сообщения, представляет собой развёрнутое публичное выступление, касающееся углублённого изложения определённого вопроса или темы. Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно прорабатывает теоретический материал, находит подтверждающие выводы примеры в реальной жизни и выступает на практическом занятии.

*При подготовке к докладам необходимо:*

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;

- вопросы к аудитории, позволяющие активизировать аудиторию и оценить степень усвоения изложенной информации;

- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Сообщение, как форма устного выступления на практических занятиях должно удовлетворять следующим критериям:

- 1) критерий правильности, т.е. соответствие языковым нормам;
- 2) критерий смысловой адекватности, т.е. соответствие содержания выступления реальности; критерий эффективности, т.е. соответствия достигнутых результатов поставленной цели.

В содержании доклада (выступления) должны быть отражены: актуальность и степень изученности проблемы; цель и задачи исследования; предмет рассмотрения или предлагаемый вариант решения; примеры; наглядное представление информации; преимущества предлагаемого варианта решения; результаты, выводы, рекомендации; область применения полученных результатов.

### **Порядок сдачи доклада, сообщения и их оценка**

Доклад или сообщение готовятся студентами систематически в течение всего семестра к каждому практическому занятию. Тематика докладов и сообщений формируется в соответствии с темами практических занятий, отражённых в настоящей учебной программе.

Доклад или сообщение являются элементами промежуточной аттестации и оцениваются преподавателем или преподавателем совместно с группой. В течение семестра каждый студент должен сделать как минимум один доклад или сообщение на практических занятиях. Если студент за время

обучения не сделает ни одного доклада, то ему необходимо предоставить письменный текст сообщения или презентацию по теме доклада или сообщения, согласованной с преподавателем, на зачет. В таком случае в ходе зачета ему могут быть заданы вопросы по теме подготовленного доклада или сообщения.

## **2. Подготовка мультимедийных презентаций**

**Презентация** (от англ. «presentation» - представление) - это набор картинок-слайдов на определенную тему, которые хранятся в файле специального формата. На каждом слайде можно содержать произвольную текстовую, графическую или видеoinформацию, анимацию, звук из подготовленного аудиофайла, а также и записанный с микрофона.

Презентации предназначены для отображения наглядности учебного/лекционного материала, управления учебно-познавательной деятельностью аудитории, контроля и проверки усвоения поданного материала, обобщения и систематизации знаний, рекламы товаров, услуг, создания фотоальбомов и т.д.

Цель подготовки мультимедийной презентации – способствовать более глубокому запоминанию излагаемой докладчиком информации и формированию ярких образов и представлений в памяти слушателей, что способствует более качественному усвоению информации.

Мультимедийная презентация является электронным продуктом, сопровождающим выступление докладчика. Иногда может представлять собой и самостоятельный продукт, не требующий словесного сопровождения.

### **Методические рекомендации для подготовки презентаций**

Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу студенты представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу во время её демонстрации в аудитории.

### **Общие требования к структуре мультимедийной презентации:**

Электронные презентации выполняются в программе MS «PowerPoint» или в других программных оболочках в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с названием темы и автором исполнения презентации (имя, отчество и фамилия автора, направление обучения, курс, год);
- содержание презентации (5-6 пунктов – максимум); желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод); последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список использованных источников и литературы;

### **Общие требования к стилевому оформлению мультимедийной презентации:**

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами
- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовки), 18–36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две

колонки. При подготовке докладов в виде мультимедийной презентации следует выписывать полные ссылки из тех источников, которыми воспользовались.

После подготовки презентации полезно проконтролировать себя вопросами:

-удалось ли достичь конечной цели презентации (что удалось определить, объяснить, предложить или продемонстрировать с помощью нее?);

-к каким особенностям объекта презентации удалось привлечь внимание аудитории?

-не отвлекает ли созданная презентация от устного выступления? После подготовки презентации необходима репетиция выступления.

### **Тематика докладов, презентаций**

1. Основные инвестиционные игроки (биржи, брокеры, инвестиционные фонды, инкубаторы) Азиатско-Тихоокеанского региона.

2. Характеристика конкретной биржи, требования к листингу компании (Нью-Йоркская, Лондонская, Московская, Санкт-Петербургская, Токийская, Шанхайская, Гонконгская, Сингапурская и др.)

3. Анализ IR-кейса конкретной публичной компании (Норникель, Газпром, Полиметалл, Алроса, Полюс, Русгидро, Мосбиржа, Русская аквакультура, РосАгро, Alibaba, Tesla, Disney, Apple и др.).

4. Характеристика IR-мероприятия (роадшоу, день инвестора, идея-шоу, питч-сессия, ланч-встреча, пресс-конференция, специализированные культурные мероприятия и др.)

5. Примеры создания и краха репутации в инвестиционной сфере.

### **Подготовка домашних практических заданий**

Наряду с овладением студентами теоретических положений при изучении курса следует уделять внимание приобретению ими практических навыков, которые они смогут применять в своей последующей работе.

Согласно учебному плану, в процессе изучения дисциплины «Процесс

рекламы и связей с общественностью: изучение поведения потребителей», необходимо выполнить домашние практические задания для углубления знаний, полученных в процессе самостоятельного изучения материала и работы на практических занятиях.

Изложенный в итоговом документе материал практического домашнего задания должен сопровождаться:

-аргументированным изложением (наличие примеров, цифр, таблиц, графиков, диаграмм, схем);

- обязательными ссылками на все источники, использованные в работе;

- отдельными примерами из практической работы студента по кругу поставленных в домашнем задании вопросов, если таковые имеют место.

Решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом

**Практические задания для самостоятельной работы** (также частично приведены в разделе практической части курса)

Задание 1. Выявить основные СМИ Азиатско-Тихоокеанского региона в сфере IR-деятельности. Составить карту СМК.

Задание 2. Провести мониторинг материалов СМК АТР и Дальнего Востока.

Задание 3. Осуществить SWOT-анализ организации. Оформить предложения, подчеркивающего уникальность организации.

Задание 4. Составить бэкграундер для проектируемой организации. Составить пресс-релиз о событии организации.

Задание 5. 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.

Задание 6. Продумать и создать информационные поводы в условиях кризиса.

Задание 7. Отработать методы «комментарий», «организованная утечка информации» как инструменты работы с журналистами.

Задание 8. Разработать концепцию и тех.задание для создания специализированного интернет-портала по привлечению инвесторов.

Задание 9. Продумать факторы формирования дополнительной мотивации инвесторов (превышение ожиданий).

Задание 10. Составить план целевого информирования потенциальных инвесторов.

## VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

IV.	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	<b>Раздел I. Государственная и региональная инвестиционная политика</b>	ПК-1.1	Знает: основные принципы и структуру фондового рынка	УО-3, ПР-11	УО-1, Устный опрос Вопросы: 1-11
		ПК-1.2	Знает основы организации работы по связям с инвесторами		
			Умеет организовывать собственную работу и работу команды по разработке проекта коммуникации в сфере IR и представления в виде презентации		
		ПК-3.3	Имеет представление об основах формирования репутации в сфере IR		
Умеет составлять презентацию и отчеты по результатам работы					
Владеет навыком анализа репутационного образа различных инвестиционных институтов					
2	Раздел II. Технологии публичных отношений в управлении деятельностью IR Relations	ПК-1.1	Умеет: составлять список основных стейкхолдеров и их интересов в сфере IR	УО-3, ПР-11	УО-1, Устный опрос Вопросы: 12-25
			Владеет методикой проведения анализа основных стейкхолдеров компании в сфере IR		

		ПК-1.2	Умеет организовывать собственную работу и работу команды по разработке проекта коммуникации в сфере IR и представления в виде презентации		
			Владеет навыками разработки элементов корпоративной идентичности и корпоративной культуры в сфере IR		
		ПК-3.2	Знает основные виды специальных событий и мероприятий, характерных для построения отношений с инвесторами		
			Умеет работать в команде по созданию сценариев для специальных событий и мероприятий в сфере IR		
			Владеет навыком создания сценария специального события в сфере IR		

УО-1 – собеседование

УО-3 – доклад

ПР-11 – практическое задание

## **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. Организация отношений с инвесторами: российская и зарубежная практика / А. Буздалин, А. Каминская, К. Крючков [и др.]. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 232 с. — ISBN 978-5-9614-1438-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82772.html>

2. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

#### Дополнительная литература

1. Косова, Л. Н. Рынок ценных бумаг : конспект лекций / Л. Н. Косова, Ю. А. Косова. - Москва : РГУП, 2019. - 68 с. - ISBN 978-5-93916-771-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1195523>

2. Ершова, Н. А. Государственное управление и инновационная политика : конспект лекций / Н. А. Ершова. - Москва : РГУП, 2018. - 32 с. - ISBN 978-5-93916-714-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1191351>

3. Лисовский, А. Л. Управление инвестиционными проектами : учебно-методическое пособие / А. Л. Лисовский, Т. А. Никерова, Л. А. Шмелева. — Москва : Научный консультант, 2018. — 72 с. — ISBN 978-5-6040844-5-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80800.html>

4. Толстых, П. А. GR: Полное руководство по разработке государственно-управленческих решений, теории и практике лоббирования : монография / П. А. Толстых. - Москва : Перо, 2019. - 1246 с.. - ISBN 978-5-00122-623-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1220195>

5. 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>

6. Санталова, М.С. Построение оптимальной организационной структуры подразделения по отношениям с инвесторами // Вопросы экономических наук. 2015. № 6 (76). С. 75-77. <https://elibrary.ru/item.asp?id=25257741>

7. Сарангова, Т. А. Терминология Investor Relations в русском и английском языках : монография / Т.А. Сарангова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 126 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/18781](http://www.dx.doi.org/10.12737/18781). - ISBN 978-5-16-012202-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003012>

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Информационный портал РБК - мультимедийный холдинг, ведет операционную деятельность в сегментах бизнес-медиа интернет, телевидения и прессы. - <https://www.rbc.ru>

2. Инвестиционная палата - входит в топ-10 крупнейших брокерских компаний России по размеру клиентской базы <https://investpalata.ru>

3. Агентство Дальнего Востока по привлечению инвестиций и поддержке экспорта - <https://www.investvostok.ru/>

4. 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/>

5. 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/>

6. 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>

7. Правовая информационная система <http://www.consultant.ru/>

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

9. Федеральный портал по научной и инновационной деятельности

10. Научная библиотека ДВФУ <http://www.dvfu.ru/web/library/nb1>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

- ЭБС ДВФУ: режим доступа из URL:  
<https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>
- Электронная библиотечная система IPR Books /  
<http://www.iprbookshop.ru>
- Электронная библиотечная система Znanium.com /  
<http://znanium.com/>
- Электронная библиотека «Консультант студента»  
<http://www.studentlibrary.ru/>
- Электронная библиотека Юрайт / <https://www.biblio-online.ru/>

Наряду с этим, используется также доступ к системе «Антиплагиат» в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ, доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ, доступ к нормативным документам ДВФУ.

### **VIII 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.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими 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 занятиям, а также составить глоссарий, используя самостоятельные домашние задания, рекомендованную учебно-методическую

литературу и информацию из интернет-источников. Подготовка презентаций и отчетов также относится к самостоятельной работе студента.

3. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список вопросов.

Зачет проводится в виде устного собеседования и оценка выставляется в общей совокупности всех отчетов по домашним работам с учетом выполненной самостоятельной работы, подготовленных сообщений, составленного глоссария.

## **IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

### **Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Аудитории корпуса F г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс д.10, корпус F</p>	<p>Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi;</p> <p>Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио- процессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управле- ния IPL T CR48; беспроводные ЛВС для обучающихся</p>	

	<p>обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p> <p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)</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.

## **Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **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 проводится в форме контрольных мероприятий работа на практических занятиях, подготовка докладов, сообщений, мультимедийных презентаций и оценивается преподавателем.

#### **Объектами оценивания выступают:**

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

### **Доклады, сообщения, презентации (УО-3)**

Темы докладов, презентаций приведены в разделе V. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОКЛАДА, СООБЩЕНИЯ**

-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 мультимедийной презентации к докладу, сообщению**

оценка	<b>60 баллов и менее (неудовлетворительно)</b>	<b>61-75 баллов (удовлетворительно)</b>	<b>76-85 баллов (хорошо)</b>	<b>86-100 баллов (отлично)</b>
	<b>Содержание критериев</b>			
<b>Раскрытие проблемы</b>	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.
<b>представление</b>	Представляемая информация логически 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.
<b>оформление</b>	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы технологии PowerPoint и др.. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
<b>Ответы на вопросы</b>	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 выполнения практических заданий**

Задания представлены в содержании практической части курса.

- 100-86 баллов выставляется, если студент/группа выразили своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировали его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной

и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Продемонстрировано знание и владение навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа международно-политической практики.

- 85-76 - баллов - работа студента/группы 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.

- 75-61 балл - проведен достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимание базовых основ и теоретического обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы

- 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 смыслового содержания раскрываемой проблемы

#### - **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 зачета в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом оценка на зачете является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей. Оценка на зачете выставляется студенту,

только если ему предварительно были зачтены подготовленные доклады, сообщения, практические задания.

## **ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **Перечень вопросов к зачету**

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. Привлечение инвестиций как основной объект деятельности в Investor Relations;
6. Инвестиционная политика государства;
7. Стратегия привлечения инвестиций;
8. Оценка инвестиционной привлекательности организации;
9. Анализ конкурентов по уровню инвестиционной привлекательности;
10. SWOT-анализ в Investor Relations;
11. PEST-анализ в Investor Relations;
12. IR-аудитория и контактные группы в Investor Relations;
13. Анализ стейкхолдеров в инвестиционной сфере;
14. Формальная и неформальная работа со СМИ в Investor Relations;
15. Принципы борьбы с негативизмом в СМИ;
16. Стратегические цели и задачи пресс-службы в Investor Relations;
17. Аналитическая деятельность пресс-службы в IR-деятельности: мониторинг материалов СМК, составление карты СМК;
18. Механизмы создания информационных поводов в IR;
19. Мероприятия для журналистов. «Комментарий» как инструмент работы с журналистами. Организованная утечка информации;
20. Коммуникационная стратегия в Investor Relations;

21. Важность имиджа и репутации в Investor Relations;
22. Влияние социальных сетей на восприятие организации в инвестиционном информационном поле;
23. Целевое информирование потенциальных инвесторов;
24. Подготовка мероприятий и презентация социальных программ, реализуемых при участии инвесторов;
25. Организационное обеспечение в Investor Relations: деятельность агентства по привлечению инвестиций.

### **Критерии оценки устного ответа**

Оценка «**зачтено**» – ответ показывает знания основных процессов изучаемой предметной области; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, приводить примеры; логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

Оценка «**не зачтено**» – ответ обнаруживает 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.