

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности

А.А.Панфилов

« 11 » 09 2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИНВЕТОРЫ КАК ВИД ОБЩЕСТВЕННОСТИ

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки: реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
7	3/108	18	18	-	72	Зачет
Итого	3/108	18	18	-	72	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- изучение профессиональной терминологии;
- изучение системы работа с инвесторами как группой общественности;
- приобретение навыков установления контактов с инвесторами.

Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Инвесторы как вид общественности» находится в вариативной части (дисциплина по выбору) учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Пререквизиты дисциплины:

Связи с общественностью как современная технология управления обществом

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ПК-18. Способен выстраивать онлайн- и оффлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами и пр.	<i>частично</i>	Знать: - правила онлайн- и оффлайн-коммуникаций. Уметь: - выстраивать онлайн- и оффлайн-коммуникации с инвесторами. Владеть: - способами выстраивания онлайн- и оффлайн-коммуникации с инвесторами.
ПК-19. Способен формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	<i>частично</i>	Знать: - системы обратной связи. Уметь: - формировать и развивать системы обратной связи. Владеть: - приемами организации двунаправленной вертикальной горизонтальной коммуникации.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Инвесторы как группа общественности	5	1-2	2	2		2	2/50%	
2	Система взаимодействия с инвесторами.	5	3-6	4	4		2	4/50%	Рейтинг-контроль № 1
3	Особенности работы с инвесторами	5	7-10	4	4		4	4/50%	
4	Правила установления контактов с инвесторами	5	11-14	4	4		2	4/50%	Рейтинг-контроль № 2
5	PR-инструменты для установления связей с инвесторами	5	15-18	4	4		2	4/50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр:				18	18		72	18/50%	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				18	18		72	18/50%	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Инвесторы как группа общественности

В составе финансового сообщества выделяют: инвестиционных аналитиков, инвесторов (институциональных и частных), финансовых журналистов. Чтобы эффективно работать со всеми группами этого сообщества, компания должна одновременно иметь знания и по финансам, и по коммуникациям.

Специалисты по Инвестор Рилейшнз должны в первую очередь обеспечивать достижение акциями компании своей рыночной цены. Если акции компании имеют высокую цену, то ей легче противостоять приобретению её акций компаниями-поглотителями, то есть «хищниками». Хищники не желают покупать дорогие акции, но акционеры, имея высокую цену на акции, не хотят обычно их продавать, видя в этой цене доказательство выгоды и надежности хранения собственных средств в активах данной компании. При высокой цене на акции компании ее менеджменту обеспечивается свобода действий. А при приобретении компании «хищником» данная свобода утрачивается (хищники обычно идут на установление собственной команды управляющих). Если цена акций компании высока, этой компании приписывают высокую ценность инвесторы, аналитики и консультанты.

Тема 2. Система взаимодействия с инвесторами.

Принципы успешного ведения коммуникаций с инвесторами.

- 1. Активность до агрессивности. Компании сегодня должны агрессивно бороться за то, чтобы их видели и знали. Инвесторы и аналитики хотят быть информированными.

- 2. Продвижение успеха. Результаты обычно не говорят сами за себя. Компания должна сообщать инвесторам оценку своих акций, конкурентной позиции и рыночной репутации.
- 3. Проактивность. Лояльность инвесторов следует искать в хорошие времена. Когда компания стоит перед угрозой ее покупки, искать расположение инвесторов уже поздно.
- 4. Последовательность. Отношения с инвесторами - непрерывная деятельность, а не серия чрезвычайных экспериментов.
- 5. Сохранение коммуникаций даже для плохих новостей. Компании должны встречаться с инвесторами как в хорошие, так и в плохие времена. Если новости плохи, инвесторы хотят знать, что делает менеджмент для разрешения проблем.
- 6. Инициатива коммуникаций должна исходить из компании и опережать инициативу коммуникаций инвесторов. Компания нуждается в благорасположении инвесторов, поэтому должна ухаживать за ними. Компания должна искать возможности информировать инвесторов о себе, вместо того, чтобы заставлять их обнаруживать нехватку такой информации.
- 7. Стратегические решения по коммуникациям.

Тема 3. Особенности работы с инвесторами

Основной задачей специалистов по отношению с инвесторами является обеспечить достижение акциями компании своей рыночной цены. Высокая цена собственных акций предохраняет компанию от покупки ее акций компаниями-поглотителями. Также высокая цена акции останавливает акционеров от продажи акций, это говорит также о надежности и выгоды хранения средств в акциях. Падение цены акции провоцирует сброс акции все большим числом владельцев. Высокая цена акции обеспечивает менеджменту компании свободу действий. Еще такая цена отражает высокую ценность компании, приписываемую ей инвесторами и аналитиками.

Открытая акционерная компания должна четко и достоверно сообщать информацию, затрагивающую состояние акций - как хорошую, так и плохую. Специалисты по отношению с инвесторами обязаны обеспечить получение информации акционерами.

Систематические отношения с публикой инвестиционной сферы следует строить на основе соответствующей программы. В организациях со значительной финансовой сферой деятельности такая программа управляется директором по отношению с инвесторами.

Тема 4. Правила установления контактов с инвесторами

Инвестор Рилейшнз (Investor Relations – IR) понимают как отношения с инвесторами. Они, по сути, являются итогом использования коммуникационных инструментов, каналов информации и ценных бумаг компанией-эмитентом для того, чтобы обеспечивать достижение нужной ей реакции от инвесторов. Если говорить о конкретных целях IR и, соответственно, требующейся реакции инвесторов, то нужно отметить их зависимость от таких переменных, как цель и условия работы компании-эмитента.

Потенциальному инвестору (на рынке первичном) и держателю ценных бумаг (на рынке рассматриваемого в качестве рынка вторичного) важно добиваться понимания, укладывается ли в их нужды и ожидания продукт (являющийся финансовым инструментом) компании-эмитента.

Направленность информационной политики на рынке ценных бумаг такова, что ею предусматривается стремление уменьшать степень информационной асимметричности между такими участниками инвестиционного процесса как кредиторы, менеджмент компании, а также акционеры.

Тема 5. PR-инструменты для установления связей с инвесторами

С инвесторами компаниями налаживается в рамках PR переписка на постоянной основе. Инвесторы зачастую интересуются биржевыми ценами, результатами проводимых компанией исследований,

собственными акциями, мнениями сотрудников и руководителей компании по поводу каких-либо общественно-политических проблем или проблем морально-этических.

Особо серьезное внимание в контексте проблем PR необходимо уделять подготовке годового финансового отчета, содержащего не только одни лишь финансовые годовые итоги, но охватывающего аспекты влияния компании на региональную экономику, на социально значимые, экономические и экологические проблемы. Сегодня такие отчеты должны касаться, в том числе, общественно ценной деятельности компании.

Если говорить о подготовке такого отчета в крупных компаниях, то данная подготовка должна осуществляться отдельным специалистом по PR, либо консультантом из специализированного PR-агентства при активном участии руководства компании, компетентного в финансовых вопросах.

Идеально подготовленный отчет должен отличаться: высокопрофессиональным дизайном, предполагающим наличие: вызывающей интерес и отражающей характер (образ деятельности) компании) обложки; графиков, фотоматериалов, рисунков и т. п.; эффектной структуры построения, помогающей его читателю улавливать самые главные моменты при мимолетном просмотре; оглавления к нему и выделения самого важного (это касается информации); лаконичной информации о таких персонах, как члены совета директоров и представители высшего управленческого звена; заявления либо письма от руководителя с итогами истекшего года и намеченных задач на предстоящий год; годовых данных о показателе совокупной величины прибыли, о величине процента по акциям, и об объеме денежного оборота; сопоставительного анализа ключевых финансовых показателей рассматриваемого года с показателями прошлых периодов (за период от 1 до 10 предыдущих года); аудиторского отчета; заверения о независимости компании и ее неизменной приверженности всем бухгалтерским и аналитическим принципам.

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1.

Инвесторы как группа общественности

ПЛАН

1. Инвесторы как группа общественности.
2. Виды инвесторов

Практическое занятие № 2-3.

Система взаимодействия с инвесторами

ПЛАН

1. IR как вид PR-деятельности.
2. Цели и задачи IR.
3. Виды IR.

Практическое занятие № 4-5.

Особенности работы с инвесторами

ПЛАН

1. Элементы работы с инвесторами.
2. Прямая и обратная связь в работе с инвесторами.

Практическое занятие № 6-7.

Правила установления контактов с инвесторами

ПЛАН

1. Принципы ведения переговоров с инвесторами.
2. Правила установления долгосрочных контактов с инвесторами.

Практическое занятие № 8-9.

PR-инструменты для установления связей с инвесторами

ПЛАН

1. Медиасредства как инструмент работы с инвесторами.
2. PR-документы как инструмент работы с инвесторами.
3. PR-мероприятия как инструмент работы с инвесторами.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Инвесторы как вид общественности» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Интерактивные лекции (тема № 2,3)*
- *Анализ ситуации (тема № 5).*

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3), промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины – зачет.

Рейтинг-контроль 1 Аналитическая записка

Примерные темы:

1. Виды инвесторов.
2. Особенности работы с разными группами и инвесторов.

Рейтинг-контроль № 2 Аналитическая записка

Примерные темы:

1. Сравнительный анализ PR-инструментов для работы с инвесторами (по выбору студента).

Рейтинг-контроль № 3 Творческое задание

Примерные темы:

1. Подготовить предложение для инвестора (по выбору студента).
2. Обосновать выбор инвестора (по выбору студента).

Основные вопросы для самостоятельной работы по дисциплине «IR как инструмент взаимодействия организации с инвесторами»

Тема 1. Инвесторы как группа общественности

1. Кто в финансовом сообществе имеет значение для IR: инвестиционных аналитиков, инвесторов (институциональных и частных), финансовых журналистов?
2. Как эффективно работать со всеми группами этого сообщества?

Тема 2. Система взаимодействия с инвесторами

1. Что означает принцип «Активность до агрессивности»?
2. Когда нужно искать инвесторов?
3. Почему нужно сохранять коммуникации даже для плохих новостей?

Тема 3. Особенности работы с инвесторами

1. Почему специалисты по отношению с инвесторами обязаны обеспечить получение информации акционерами?
2. На какой основе нужно строить систематические отношения с публикой инвестиционной сферы?
3. Кто управляет отношениями с инвесторами?

Тема 4. Правила установления контактов с инвесторами

1. На чем основываются правила взаимодействия с инвесторами?
2. Какие инструменты для привлечения инвесторов используются?

Тема 5. PR-инструменты для установления связей с инвесторами

1. Годовой отчет как инструмент взаимодействия с инвесторами.
2. Структура годового отчета.

Примерные вопросы для зачета.

1. Инвесторы как группа общественности.
2. Виды инвесторов
3. IR как вид PR-деятельности.
4. Цели и задачи IR.
5. Виды IR.
6. Элементы работы с инвесторами.
7. Прямая и обратная связь в работе с инвесторами.
8. Принципы ведения переговоров с инвесторами.
9. Правила установления долгосрочных контактов с инвесторами.
10. Медиасредства как инструмент работы с инвесторами.
11. PR-документы как инструмент работы с инвесторами.
12. PR-мероприятия как инструмент работы с инвесторами.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
Богатуров А.Д., Экономическая политология. Отношения бизнеса с государством и обществом [Электронный ресурс] / Богатуров А.Д. - ISBN 978-5-7567-0627-7	М. : Аспект Пресс, 2017. - 240 с.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706277.html
Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции [Электронный	М.: Дело, 2016. - 520 с.		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785774911356.html

ресурс]: учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочаров М.П., Самойленко С.А. - ISBN 978-5- 7749-1135-6			
Дополнительная литература			
Набокова Л.С., Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.С. Набокова, Е.А. Ноздренко, И.А. Набоков - ISBN 978-5-7638-3413-0	Красноярск : СФУ, 2016. - 242 с.		http://www.studentlibrary.ru /book/ISBN9785763834130. html

7.2. Периодические издания

1. «Коммуникология: международный научный журнал», специализированный журнал URL: <https://www.communicology.us>
2. НИР. Современная коммуникативистика, 2013. Код доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=413046>


7.3. Интернет-ресурсы


1. <https://news.pressfeed.ru>
2. www.sovetsnik.com
3. ЭБС «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>
4. ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>
5. 3 ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
6. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
7. 5.ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>


8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы (указать необходимое).

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение: доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «EB-1860», документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19.

Рабочую программу составил доцент Соколова С.Ю. 

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 1 от 29.08.2019 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Протокол № 1 от 11.09.2019 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной программы направления подготовки код и наименование ОП, направленность:
наименование (указать уровень подготовки)

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____ / _____
Подпись *ФИО*