

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

Директор института



Е.М.Петровичева Е.М.Петровичева

06 _____ 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
IR КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ С
ИНВЕСТОРАМИ**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль/программа подготовки: Реклама и связи с общественностью

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: сформировать у студентов основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

Задачи:

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «IR как инструмент взаимодействия организации с инвесторами» находится в части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-18. Способен выстраивать онлайн- и оффлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами и пр.	ПК-18.1 Знание основ IR	Знать принципы взаимоотношения с инвесторами как специфической группой общественности	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций
	ПК-18.2 Умение выстраивать коммуникации онлайн- и оффлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами и пр.	Уметь выстраивать коммуникации разного формата с инвесторами как специфической группой общественности	
	ПК-18.3 Владение методами и технологиями коммуникации онлайн- и оффлайн-коммуникации с акционерами, инвесторами и пр.	Владеть приемами и технологиями коммуникации разного формата с инвесторами как специфической группой общественности	
ПК-19. Способен формировать и развивать системы обратной связи,	ПК-19.1. Знание основ формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	Знать механизмы и функционирования систем обратной двунаправленной горизонтальной и вертикальной коммуникации	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций

ПК-19.2. Умение формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	Уметь формировать системы обратной связи, двунаправленной горизонтальной и вертикальной коммуникации
ПК-19.3. Владение технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации	Владеть технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Инвесторы как группа общественности	7	1-2	2	2		2	8	
2	IR как система взаимодействия с инвесторами.	7	3-6	4	4		2	16	Рейтинг-контроль № 1
3	Работа с инвесторами как коммуникационный процесс	7	7-10	4	4		4	16	
4	Правила установления контактов с инвесторами	7	11-14	4	4		2	16	Рейтинг-контроль № 2
5	PR-инструменты для установления связей с инвесторами	7	15-18	4	4		2	16	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 7 семестр:				18	18		72	72	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									Зачет
Итого по дисциплине				18	18		72	72	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. IR как 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. Работа с инвесторами как коммуникационный процесс

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.
IR как система взаимодействия с инвесторами
ПЛАН

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

Практическое занятие № 4-5.
Работа с инвесторами как коммуникационный процесс
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.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ,
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

5.1 Текущий контроль успеваемости.

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).

5.2. Промежуточная аттестация

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.

5.3. Самостоятельная работа студентов

Основные вопросы для самостоятельной работы (конспект)

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. IR как 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. Работа с инвесторами как коммуникационный процесс

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.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
Основная литература		
Горохов, В. М. Гринберг Т. Э. Связи с общественностью : Теория, практика, коммуникативные стратегии : учебное пособие для студентов вузов / Горохов В. М. , Гринберг Т. Э. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 224 с.	2018	https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785756708967.html
Богатуров А.Д., Экономическая политология. Отношения бизнеса с государством и обществом М. : Аспект Пресс, 2017. - 240 с. [Электронный ресурс] / Богатуров А.Д. - ISBN 978-5-7567-0627-7	2017	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706277.html
Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С. Д. Резника - Москва : Академический Проект, 2020. - 511 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2912-5.	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129125.html
Майфат, А. В. Инвестирование : способы, риски, субъекты : монография / Майфат А. В. - Москва : Статут, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-8354-1674-5. -	2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785835416745.html
Дополнительная литература		
Горкина М.Б., PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / Горкина М.Б., Мамонтов А.А., Манн И.Б. - 6-е изд. - (Серия "Бизнес на 100%"). М. : Альпина Паблишерз, 2016. - 240 с.	2016	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961413236.html
Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью : Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков А. Н. - Москва : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. (Серия "Учебник нового поколения") - ISBN 978-5-7567-0819-6.	2016	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708196.html
Котлер, Ф. Привлечение инвесторов : Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 194 с. - ISBN 978-5-9614-0944-4.	2016	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961409444.html

6.2. 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. ЭБС «Znanium» <http://www.znanium.com/>
6. ЭБС «БиблиоРоссика» <http://www.bibliorossica.com/>
7. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.

Рабочую программу составил доцент, кандидат философских наук Соколова С.Ю. Сид

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.21 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. Л

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 11 от 18.06.21 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В. Л