

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГМТУ»)**

Технологический факультет
Кафедра экономики предприятия

УТВЕРЖДАЮ

Декан технологического факультета

Н. А. Логунова

2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
СИСТЕМЫ ФИНАНСОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Уровень основной образовательной программы – магистратура

Направление подготовки – 38.04.01 «Экономика»

Магистерская программа «Функционирование и развитие хозяйствующих субъектов региона»

Статус дисциплины – вариативная

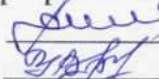

Учебный план 2017 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

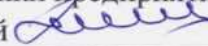
Очная										Заочная												
Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные работы, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), (+,-)	Семестровый контроль, (вид, часов)	Курс	Семестр	Всего часов / зач. единиц	Всего аудиторных часов	Лекции, часов	Лабораторные работы, часов	Практические занятия, часов	Семинары, часов	Самостоятельная работа, часов	КП (КР), (+,-)	Контрольная работа, (+,-)	Семестровый контроль, (вид, часов)
2	4	72/2	29	11	-	18	-	43	-	зач.	2	4	72/2	18	8	-	10	-	50	-	+	зач.
Всего		72/2	29	11	-	18	-	43	-	-	Всего		72/2	18	8	-	10	-	50	-	+	4
в т.ч. в интерактивной форме			10	-	-	10	-	-	-	-	в т.ч. в интерактивной форме			12	4	-	8	-	-	-	-	-


Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО, рабочего учебного плана с учетом требований ООП.

Программу разработали:

 Демчук О.В., д-р экон. наук, профессор кафедры экономики предприятия,
 Уманец В.А., ассистент кафедры экономики предприятия

Рассмотрено на заседании выпускающей кафедры экономики предприятия ФГБОУ ВО «КГМТУ»

Протокол № 9 от 05.04. 2017 г. Зав. кафедрой  О. В. Демчук

Согласовано: Начальник УМУ 10.04.17  Е. Ю. Девятова

(дата, подпись)

1 Цель и задачи изучения дисциплины

Целью изучения курса «Системы финансовых коммуникаций» является формирование знаний по теоретическим и практическим основам освещения приватизационных процессов, слияний и поглощений, вопросы реструктуризации, дополнительных эмиссий, разъяснение юридических инициатив, которые могут касаться структуры собственности или менеджмента компании, вопросы корпоративного управления, т. е. собрания акционеров, споры между акционерами относительно пакетов ценных бумаг, подготовку годовых отчетов.

Задачами дисциплины являются:

- ознакомиться с понятием освещение приватизационных процессов;
- ознакомиться с современными тенденциями, видами и методами PR;
- изучить основы теории стратегических коммуникаций;
- ознакомиться с основами корректного анализа кейсов из практики публичных релейшнз для решения содержательных экономических задач.

2 Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Системы финансовых коммуникаций» относится к вариативной части, статус дисциплины – выборная.

Курс основывается на знаниях, умениях и навыках, полученные студентами при изучении таких дисциплин, как «Внешнеторговые операции предприятий (организаций)», «Диагностика и анализ финансово-хозяйственной деятельности» и закладывает основу для дальнейшей профессиональной деятельности выпускника.

3 Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (или их элементами), предусмотренными ФГОС ВО:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-3	способностью принимать организационно-управленческие решения

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-7	способностью разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-9	способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов
ПК-12	способностью разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- основы теории стратегических коммуникаций как области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- практическое применение в актуальном мире;
- направления эффективного использования финансовых коммуникаций для принятия организационно-управленческих решений.

УМЕТЬ:

- анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов и применения полученных теоретических навыков на практике;
- проводить корректный анализ кейсов из практики паблик рилейшнз для решения содержательных экономических задач;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

ВЛАДЕТЬ:

- методами принятия управленческих решений для осуществления сделок на рынках акционерного капитала;
- методами реализации услуг в области слияния и поглощения (M&A);
- методами осуществления долгового финансирования.

4 Структура учебной дисциплины

Наименования разделов, тем	Общее количество часов	Количество зачетных единиц	Очная форма						Заочная форма					
			Распределение часов по видам занятий											
			Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль	Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Семестр 4														
Тема 1. Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом	6	0,17	3	1	-	2	3	-	1,5	0,5	-	1	4,5	-
Тема 2. Корпоративные коммуникации	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 3. Маркетинговые коммуникации	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 4. Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 5. Взаимоотношения с органами государственной власти	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 6. Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 7. Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 8. Взаимоотношения со СМИ	8	0,22	4	2	-	2	4	-	2	1	-	1	6	-

Тема 9. Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ	6	0,17	2	1		1	4		2	1		1	4	
Тема 10. Антикризисные коммуникации	6	0,17	2	1	-	1	4	-	2	1	-	1	4	-
Форма контроля: зачет	4	0,11	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	4
Всего часов в семестре	68	1,89	29	11	-	18	39	-	18	8	-	10	50	-
Всего часов по дисциплине	72	2	29	11	-	18	43	-	18	8	-	10	50	4

5 Содержание лекций

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
1	<i>Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом. История. Эффективность. Принципы и функции. Целевые аудитории. Современный инструментарий</i>	1	0,5
2	<i>Корпоративные коммуникации</i> Виды корпоративных коммуникаций. Место PR в компаниях, корпорациях, общественных организациях. Структура управления корпоративными коммуникациями. Пресс-служба/PR-агентство.	1	0,5
3	<i>Маркетинговые коммуникации.</i> Основные направления. Реклама/PR. Директ-маркетинг. Стимулирование сбыта. Границы и области соприкосновения. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Бренд PR	1	0,5
4	<i>Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок</i> Особенности коммуникации в финансовой сфере. Принципы, средства и формы коммуникаций с инвесторами. Коммуникационное сопровождение IPO. Сопровождение сделок M&A и процессов реструктуризации. IR.	1	0,5
5	<i>Взаимоотношения с органами государственной власти</i> Основы цивилизованного взаимодействия бизнеса, власти и общества. Центры принятия решений в современной России. Роль государства во взаимодействии с бизнесом. Соотношение понятий «связи с правительственными и общественными организациями», «связи с госорганами», «лоббирование».	1	1
6	<i>Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)</i> Социально-значимый проект. Основные принципы разработки и реализации проекта. Основы КСО бизнеса: благотворительность и социальные инвестиции.	1	1
7	<i>Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ.</i> Традиционные способы и новые методы. Определение KPI в зависимости от вида PR. Мониторинг и анализ медиа-поля: Репутационный аудит. Медиа – мониторинг и пресс - клиппинг. Принципы отбора материалов для анализа	1	1
8	<i>Взаимоотношения со СМИ</i> Рынок российских СМИ. Классификация СМИ. Правила общения со СМИ. Традиционные СМИ и new media. Особенности и принципы взаимодействия PR специалистов с журналистами.	2	1
9	<i>Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ</i> Особенности и их роль в развитии карьеры. Виды публичных выступлений. Навыки вербальных и невербальных коммуникаций. Схема подготовки публичных выступлений.	1	1
10	<i>Антикризисные коммуникации</i>	1	1

	Кризис и конфликт: понятия, динамика, основные параметры. Анализ уровня конфликтности информационного поля. Информационный фон чрезвычайного происшествия. Роль СМИ в драматизации кризисных сценариев. Первоочередные меры антикризисного реагирования: согласование единой версии происходящего, коммуникативная открытость. Формы взаимодействия с прессой.		
Всего часов		11	8

6 Темы лабораторных занятий

Не предусмотрены учебным планом.

7 Темы практических занятий

№	Наименование темы	Количество часов по формам обучения	
		очная	заочная
1	Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом	2	1
2	Корпоративные коммуникации	2	1
3	Маркетинговые коммуникации	2	1
4	Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок	2	1
5	Взаимоотношения с органами государственной власти	2	1
6	Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)	2	1
7	Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ	2	1
8	Взаимоотношения со СМИ	2	1
9	Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ	1	1
10	Антикризисные коммуникации	1	1
Всего часов		18	10

8 Темы семинарских занятий

Не предусмотрены учебным планом.

9 Содержание и объем самостоятельной работы студента

Наименования разделов, тем	Трудоемкость самостоятельной работы, час.		Литература	Содержание работы
	очная	заочная		
Семестр 4				
Тема 1. Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом	3	4,5	[1, с. 19-47]	Изучение различных видов организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом
Тема 2. Корпоративные коммуникации	4	5,5	[1. с. 47-57]	Рассмотрение корпоративных коммуникаций
Тема 3. Маркетинговые коммуникации	4	5,5	[3, с. 123-136]	Изучение маркетинговых коммуникаций
Тема 4. Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок	4	5,5	[3, с. 137-167]	Рассмотрение финансовых коммуникаций. Сопровождение M&A и IPO сделок

Тема 5. Взаимоотношения с органами государственной власти	4	5	[3, с. 167-264]	Рассмотрение взаимоотношений с органами государственной власти
Тема 6. Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)	4	5	[1, с. 63-79]	Изучение программ корпоративной социальной ответственности
Тема 7. Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ	4	5	[4, с. 38-41]	Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ
Тема 8. Взаимоотношения со СМИ	4	6	[4, с. 7-11]	Изучение взаимоотношений со СМИ
Тема 9. Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ	4	4	[5, с. 11-19]	Изучение теории и практики успешных выступлений перед публикой и СМИ
Тема 10. Антикризисные коммуникации	4	4	[6, с. 17-81]	Рассмотрение антикризисных коммуникаций
Промежуточный контроль	4	-		Подготовка к зачету
Всего часов	43	50		

10 Индивидуальные задания

Индивидуальные задания выполняются студентом заочной формы обучения в виде контрольных работ. Требования к оформлению контрольных работ изложены в «Положении о порядке оформления студенческих работ».

11 Методы обучения

Основными формами изучения дисциплины являются: чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельная научная работа студентов.

Основным методом изучения дисциплины «Системы финансовых коммуникаций» являются лекции, которые проводятся в соответствующих лекционных аудиториях с использованием необходимых наглядных пособий. Теоретические положения лекционного материала рассматриваются на конкретных примерах.

Часть лекционных занятий проводится с использованием интерактивных форм обучения, таких как: лекция с обратной связью.

Практические занятия ориентированы на закрепление полученных теоретических знаний. Во время практических занятий студенты имеют возможность обсудить основные положения темы. В ходе практических занятий проводятся экспресс-опросы студентов, которые позволяют оценить уровень усвоения материала по теме.

Часть практических занятий проводится с использованием интерактивных форм обучения, таких как: дебаты, обсуждение и разрешение проблемных ситуаций, выполнение творческих заданий.

В результате выполнения практических заданий студенты получают навыки использования специальной экономической литературы, оформления контрольной работы (по результатам изучения теоретических вопросов на практических занятиях), исследовательской работы (с учетом самостоятельной работы студента).

По каждой теме дисциплины в течение семестра осуществляется контроль формирования соответствующих знаний, умений и навыков – в виде тестирования.

Формой семестрового контроля знаний по дисциплине «Системы финансовых коммуникаций» является зачет.

12 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Чудинов, А.П. Основы теории коммуникации: практикум. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 153 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47596>
2. Гуськова, С.В. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 78 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47599>
3. Шунейко, А.А. Теория и практика эффективной коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.А. Шунейко, И.А. Авдеенко. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2015. — 360 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72714>
4. Катунина, Н.В. Управление маркетинговыми коммуникациями: учебно-методическое пособие. [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие — Электрон. дан. — Омск: ОмГУ, 2016. — 98 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/89985>

Дополнительная литература:

5. Деловые коммуникации: учебное пособие для студентов экономических специальностей. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Ставрополь: СтГАУ, 2013. — 92 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/61106>
6. Яковлев, И.П. Основы теории коммуникаций. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 192 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63829>
7. Ворошилов, В.В. Экономика СМИ: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 210 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63860>
8. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 254 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68816>

13 Информационные ресурсы

1. Всероссийский экономический журнал. — Режим доступа: <http://ecotrends.ru/> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
2. Официальный сайт журнала «Вопросы экономики». — Режим доступа: <http://www.vopreco.ru/> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
3. Российское образование: федеральный образовательный портал. — Режим доступа: <http://www.edu.ru/> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
4. Официальный сайт научной электронной библиотеки. — Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. — Режим доступа: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
6. Федеральный образовательный портал – Экономика, Социология, Менеджмент. — Режим доступа: <http://www.ecsoman.edu.ru/> (Дата обращения 01.04.2017 г.).
7. Электронно-библиотечная система издательства «Лань». — Режим доступа: <http://e.lanbook.com> (Дата обращения 01.04.2017 г.).

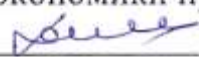
14 Материально-техническое обеспечение и информационные технологии

Учебные занятия проводятся в закрепленных за кафедрой аудиториях согласно расписанию. При подготовке по данной дисциплине используются: таблично-графический материал; аудиторный фонд (столы, стулья, доска);

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.

Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы издательства «Лань».

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГМТУ»)
Технологический факультет
Кафедра экономики предприятия**

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой
экономики предприятия
 О.В. Демчук
05.04. 2017 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплины «Системы финансовых коммуникаций»

для направления 38.04.01 «Экономика»

**Магистерская программа «Функционирование и развитие хозяйствующих
субъектов региона»
(приложение 1 к рабочей программе дисциплины)**

Керчь, 2017 г.

**Паспорт
фонда оценочных средств
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«СИСТЕМЫ ФИНАНСОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

1 Модели контролируемых компетенций:

1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины (4 семестр):

Код	Формулировка компетенции
Общекультурные компетенции (ОК)	
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-3	способность принимать организационно-управленческие решения
Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-7	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-9	способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов
ПК-12	способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

2 В результате изучения дисциплины «Системы финансовых коммуникаций» обучающийся должен:

2.1 знать:

- основы теории стратегических коммуникаций как области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- практическое применение в актуальном мире;
- направления эффективного использования финансовых коммуникаций для принятия организационно-управленческих решений.

2.2 уметь:

- анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов и применения полученных теоретических навыков на практике;
- проводить корректный анализ кейсов из практики публичных релейшнз для решения содержательных экономических задач;
- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

2.3 владеть:

- методами принятия управленческих решений для осуществления сделок на рынках акционерного капитала;
- методами реализации услуг в области слияния и поглощения (M&A);
- методами осуществления долгового финансирования.

3 Программа оценивания контролируемой компетенции:

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
2	Тема 2. Корпоративные коммуникации	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
3	Тема 3. Маркетинговые коммуникации	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
4	Тема 4. Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
5	Тема 5. Взаимоотношения с органами государственной власти	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
6	Тема 6. Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
7	Тема 7. Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
8	Тема 8. Взаимоотношения со СМИ	ОК-1, ОПК - 1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
9	Тема 9. Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование
10	Тема 10. Антикризисные коммуникации	ОК-1, ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-9, ПК-12	устный опрос, реферат, дискуссия, тестирование

4 Перечень вопросов, выносимых на семестровый контроль

Зачет (4 семестр)

1. История организации PR.
2. Эффективность организации PR.
3. Принципы и функции организации PR.
4. Целевые аудитории организации PR.
5. Современный инструментарий организации PR.
6. PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом.
7. Виды корпоративных коммуникаций.

8. Место PR в компаниях, корпорациях, общественных организациях.
9. Структура управления корпоративными коммуникациями.
10. Пресс-служба/PR-агентство.
11. Основные направления маркетинговых коммуникаций.
12. Реклама/PR.
13. Директ-маркетинг.
14. Стимулирование сбыта.
15. Границы и области соприкосновения.
16. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
17. Бренд PR
18. Особенности коммуникации в финансовой сфере.
19. Принципы, средства и формы коммуникаций с инвесторами.
20. Коммуникационное сопровождение IPO.
21. Сопровождение сделок M&A и процессов реструктуризации.
22. Основы цивилизованного взаимодействия бизнеса, власти и общества.
23. Центры принятия решений в современной России.
24. Роль государства во взаимодействии с бизнесом.
25. Соотношение понятий «связи с правительственными и общественными организациями», «связи с госорганами», «лоббирование».
26. Социально-значимый проект.
27. Основные принципы разработки и реализации проекта.
28. Основы КСО бизнеса: благотворительность и социальные инвестиции.
29. Традиционные способы и новые методы.
30. Определение KPI в зависимости от вида PR.
31. Мониторинг и анализ медиа-поля:
32. Репутационный аудит.
33. Медиа-мониторинг и пресс-клиппинг.
34. Принципы отбора материалов для анализа.
35. Рынок российских СМИ.
36. Классификация СМИ.
37. Правила общения со СМИ.
38. Традиционные СМИ и new media.
39. Особенности и принципы взаимодействия PR специалистов с журналистами.
40. Особенности и их роль в развитии карьеры.
41. Виды публичных выступлений.
42. Навыки вербальных и невербальных коммуникаций.
43. Схема подготовки публичных выступлений.
44. Кризис и конфликт: понятия, динамика, основные параметры.
45. Анализ уровня конфликтности информационного поля.
46. Информационный фон чрезвычайного происшествия.
47. Роль СМИ в драматизации кризисных сценариев.
48. Первоочередные меры антикризисного реагирования: согласование единой версии происходящего, коммуникативная открытость.
49. Формы взаимодействия с прессой.

Критерии оценок по дисциплине при итоговом контроле знаний (зачет):

«Зачтено» выставляется, если на все вопросы дан правильный и исчерпывающий ответ, студент обнаружил всесторонние, систематизированные, глубокие, всесторонние знания программного материала на уровне творческого использования, материал изложен в логической последовательности с выделением главного, дан правильный ответ на дополнительные вопросы преподавателя в рамках темы.

«Не зачтено» выставляется, если студент не отвечает на поставленные преподавателем вопросы, обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала,

делает значительные ошибки при изложении материала, не может ответить на вопросы преподавателя.

5 Перечень вопросов для устного опроса

1. В чем заключается эффективность организации PR?
2. Охарактеризуйте целевые аудитории организации PR.
3. Охарактеризуйте PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом.
4. Каково место PR в компаниях, корпорациях, общественных организациях?
5. Охарактеризуйте Пресс-службу/PR-агентство.
6. Охарактеризуйте рекламу/PR.
7. Что представляет собой стимулирование сбыта?
8. Охарактеризуйте интегрированные маркетинговые коммуникации.
9. Назовите особенности коммуникации в финансовой сфере.
10. Охарактеризуйте коммуникационное сопровождение IPO.
11. Назовите основы цивилизованного взаимодействия бизнеса, власти и общества.
12. Объясните роль государства во взаимодействии с бизнесом.
13. Что представляет собой социально-значимый проект?
14. Охарактеризуйте основы КСО бизнеса: благотворительность и социальные инвестиции.
15. Определение KPI в зависимости от вида PR.
16. Охарактеризуйте репутационный аудит.
17. Назовите принципы отбора материалов для анализа.
18. Классификация СМИ.
19. Охарактеризуйте традиционные СМИ и new media.
20. Каковы особенности и их роль в развитии карьеры?
21. Охарактеризуйте навыки вербальных и невербальных коммуникаций.
22. Охарактеризуйте кризис и конфликт: понятия, динамика, основные параметры.
23. Охарактеризуйте информационный фон чрезвычайного происшествия.
24. Первоочередные меры антикризисного реагирования: согласование единой версии происходящего, коммуникативная открытость.

Критерии оценивания при устном опросе:

«зачтено» - вопрос раскрыт, студент свободно владеет материалом (глубиной и правильностью понимания основных проблем по данному вопросу, владеет терминологией), соблюдены логическая последовательность и связность изложения;

«не зачтено» - вопрос не раскрыт, не соблюдены логическая последовательность и связность его изложения, студент не владеет материалом.

6 Темы рефератов

1. Паблик рилейшенз (коммуникации) как функция менеджмента.
2. Паблик рилейшенз в маркетинге.
3. Маркетинговые коммуникации
4. Вербальные коммуникации.
5. Невербальные коммуникации.
6. Отношения со Средствами Массовой Информации.
7. Общие правила отношений со СМИ.
8. Мониторинг СМИ.
9. Работа со СМИ.
10. Работа с радио и телевидением.
11. Интернет как способ коммуникации.
12. Отношения с потребителями.
13. Источники информации для инвесторов: финансовые аналитики и СМИ.

14. Инструменты финансовых коммуникаций.
15. Принципы успешного ведения коммуникаций.
16. Стратегические решения по коммуникации.

Критерии оценивания рефератов:

«зачтено» – реферат выполнен самостоятельно, соответствует содержанию темы, информативен, обоснован выбор литературных источников, материал изложен логично, аргументированно, объективно, оформление реферата соответствует Положению о порядке оформления студенческих работ;

«не зачтено» – реферат не соответствует теме, большая часть материала заимствована из сети Интернет, нет ссылок на литературные источники, оформление реферата не соответствует Положению о порядке оформления студенческих работ.

7 Перечень вопросов для дискуссии

1. История организации PR.
2. Назовите и охарактеризуйте принципы и функции организации PR.
3. Охарактеризуйте современный инструментарий организации PR.
4. Назовите виды корпоративных коммуникаций.
5. Какова структура управления корпоративными коммуникациями?
6. Охарактеризуйте основные направления маркетинговых коммуникаций.
7. Охарактеризуйте директ-маркетинг.
8. Что представляют собой границы и области соприкосновения?
9. Охарактеризуйте бренд PR
10. Охарактеризуйте принципы, средства и формы коммуникаций с инвесторами.
11. Охарактеризуйте сопровождение сделок M&A и процессов реструктуризации.
12. Охарактеризуйте центры принятия решений в современной России.
13. Соотношение понятий «связи с правительственными и общественными организациями», «связи с госорганами», «лоббирование».
14. Охарактеризуйте основные принципы разработки и реализации проекта.
15. Охарактеризуйте традиционные способы и новые методы.
16. Охарактеризуйте мониторинг и анализ медиа-поля.
17. Охарактеризуйте медиа-мониторинг и пресс-клиппинг.
18. Охарактеризуйте рынок российских СМИ.
19. Назовите правила общения со СМИ.
20. Каковы особенности и принципы взаимодействия PR специалистов с журналистами?
21. Назовите виды публичных выступлений.
22. Схема подготовки публичных выступлений.
23. Анализ уровня конфликтности информационного поля.
24. Охарактеризуйте роль СМИ в драматизации кризисных сценариев.
25. Охарактеризуйте формы взаимодействия с прессой.

Критерии оценивания дискуссии:

«зачтено» – вопрос раскрыт, студент свободно владеет материалом (глубиной и правильностью понимания основных проблем по вопросу, владеет терминологией), соблюдены логическая последовательность и связность изложения, а также временные параметры и требования к объёму текста;

«не зачтено» – вопрос не раскрыт, не соблюдены логическая последовательность и связность изложения, студент не владеет материалом.

8 Комплексные тесты для контроля остаточных знаний

1. Дайте определение коммуникационного процесса:
 - а) коммуникация - это информационная связь;

- б) коммуникация - это процесс передачи и получения информации;
 - в) коммуникация - это СМК и СМИ;
 - г) коммуникация - это взаимодействие различных приемных и передающих устройств;
 - д) коммуникация - это общение.
2. Назовите барьеры, мешающие 100% приему и передаче информации:
- а) географические, связанные с ослаблением сигнала, проходящего над поверхностью Земли;
 - б) исторические - чем дальше от нас событие, тем труднее его понять;
 - в) экономические - нет денег, чтобы купить информацию;
 - г) конструкционные - особенности различных материалов;
 - д) социокультурные - нет потребности получать информацию.
3. Кодирование - это... (продолжить, выбрав правильный ответ):
- а) .. перевод на язык коммуникации идей и замыслов отправителя;
 - б) ...написание речей, текстов или сообщений рекламного, информационного или иного характера;
 - в) . шифровка сообщения, не предназначенного для широкого оглашения;
 - г) . выбор шрифта при написании текста;
 - д) . выбор характеристики теле- или радиосигнала для максимального достижения его четкости.
5. Главная характеристика сообщения – это его... (продолжить, выбрав правильный ответ):
- а) объем;
 - б) доступность;
 - в) общественная значимость;
 - г) новизна;
 - д) избыточность.
6. Факторы эффективности декорирования сообщения зависят от... (продолжить, выбрав правильный ответ):
- а) понимания смысла сообщения;
 - б) стереотипов мышления;
 - в) финансового положения получателя сообщения;
 - г) барьеров коммуникации;
 - д) его семантических характеристик.
7. Презентационные средства коммуникации это... (назовите правильно):
- а) книги
 - б) лицо
 - в) голос
 - г) шрифт
 - д) плакаты
 - е) тело
 - ж) обувь
 - з) галстук
 - и) автомобиль
 - к) волосы
8. Репрезентационные средства коммуникации – это... (назовите правильно):
- а) Книги
 - б) телефон
 - в) руки
 - г) лицо
 - д) галстук
 - е) картина
 - ж) фотография
 - з) статуя
 - и) телевизор
 - к) радио
9. В чем суть «спирали умолчания»? Продолжите, выбирая варианты ответы:
1. У индивидов...

- а) есть свое мнение;
 - б) нет своего мнения;
 - в) когда есть, а когда и нет.
2. Они не будут его выражать, если.
- а) на них громко кричать;
 - б) угрожать наказанием;
 - в) большинства другое мнение.
3. Общество подвергается манипулированию, а существующая в нем оппозиция.
- а) арестована (1);
 - б) отказывается от борьбы;
 - в) уехала из страны.
10. Укажите, сколько процентов получаемой о человеке информации приходится на невербальные коммуникации:
- а) 20 %
 - б) 35%
 - в) 40%
 - г) 65%
 - д) 75%
11. По силе воздействия на язык приходится.
- а) 50 %
 - б) 35%
 - в) 17%
 - г) 7%
 - д) 2%
12. По силе влияния на голос приходится...
- а) 68%
 - б) 48%
 - в) 38%
 - г) 18%
 - д) 8%
13. Невербальные коммуникации насчитывают 9 каналов. Какие?
1. Кинесика. 2. Механика. 3. Вокалика. 4. Цветоотделение. 5. Цветовосприятие. 6. Физические характеристики тела. 7. Физическая прочность тела. 8. Хаптика. 9. Динамика. 10. Проксемика. 11. Хромика. 12. Артефакты. 13. Ольфактика. 14. Марка автомобиля. 15. Цвет костюма. 16. Эстетика.
14. Что такое фог-индекс?
- а) Индекс терпимости
 - б) Индекс интеллекта.
 - в) Индекс туманности.
 - г) Индекс ясности.
 - д) Индекс толерантности.
15. Дайте правильное определение слуху. Слух - это (выберите правильный ответ)
- а) Напечатанное в СМИ непроверенное сообщение;
 - б) Заказной материал против кого-то или чего-то;
 - в) Молва, известие о ком-нибудь или о чем-нибудь, обычно еще ничем не подтвержденное;
 - г) Информация без ссылок на источник;
 - д) Лживая, искаженная информация.
16. Назовите три основных канала поступления информации в масс-медиа, используемые в СО (укажите правильный вариант):
- а) Формальный, неформальный, электронный;
 - б) Слухи, пресс-конференции, сообщения для печати;
 - в) Свободный, формальный, организованный;
 - г) Рутинный, неформальный, свободный;
 - д) «Утечка информации», интервью, пресс-релизы.

17. Что такое «фоновая информация»? (выберите правильные ответы)

- а) Шум, сопровождающий любое сообщение;
- б) Б. Информация, служащая фоном какого-либо важного события;
- в) музыка, под которую проводится ПР-акция;
- г) Бэкграундер;
- д) Д. Медиа-кит.

18. Что такое медиа-кит? (выберите правильный ответ):

- а) «Акула пера» - известный журналист;
- б) Медиа-магнат, имеющий большое влияние на рынке;
- в) Набор теле- и радиожурналиста;
- г) Подборка материалов для прессы;
- д) Красивая папка, куда вложены блокноты, ручки и карандаши в качестве подарка для представителей СМИ.

19. Какие из перечисленных идей о свободе печати характерны для демократического общества?

- а) полное подчинение прессы государству;
- б) свобода СМИ, предусматривающая равный доступ к ним всех слоев общества, включая беднейшие;
- в) свобода прессы только для одного класса, осуществляющего диктатуру под руководством правящей партии;
- г) свобода СМИ ограничена только законодательными рамками;
- д) свобода СМИ ограничена цензурными рамками.

20. Что характерно для журналистики социальной ответственности?

- а) СМИ - инструмент правящего класса;
- б) СМИ информируют, развлекают, продают, но главным образом переводят конфликт в рамки дискуссии;
- в) СМИ являются инструментом контроля над правительством и удовлетворения других нужд общества.

Критерии формирования оценок по тестовым заданиям:

«отлично» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 100-90 % от общего объема заданных тестов;

«хорошо» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 89-70 % от общего объема заданных тестов;

«удовлетворительно» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы 69-61 % от общего объема заданных тестов;

«неудовлетворительно» – получают студенты с правильным количеством ответов на тестовые вопросы менее 60 % от общего объема заданных тестов.

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
Кафедра экономики предприятия

Демчук О.В.
Уманец В.А.

СИСТЕМЫ ФИНАНСОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Методические указания
для обучающихся по освоению дисциплины
(приложение 2 к рабочей программе дисциплины)

для студентов направления 38.04.01 «Экономика»
Магистерская программа «Функционирование и развитие хозяйствующих субъектов
региона»

очной и заочной форм обучения

Керчь, 2017 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1 Общие сведения о дисциплине

1.1 Цели и задачи дисциплины

1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

1.3 Тематический план дисциплины, распределение трудоемкости по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы

1.4 Общие рекомендации к аудиторным занятиям и самостоятельной работе

1.5 Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине

1.6 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

1 Общие сведения о дисциплине

1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Системы финансовых коммуникаций» относится к вариативной части, статус дисциплины – выборная.

Курс основывается на знаниях, умениях и навыках, полученные студентами при изучении таких дисциплин, как «Внешнеторговые операции предприятий (организаций)», «Диагностика и анализ финансово-хозяйственной деятельности» и закладывает основу для дальнейшей профессиональной деятельности выпускника.

Целью изучения курса «Системы финансовых коммуникаций» является формирование знаний по теоретическим и практическим основам освещения приватизационных процессов, слияний и поглощений, вопросы реструктуризации, дополнительных эмиссий, разъяснение юридических инициатив, которые могут касаться структуры собственности или менеджмента компании, вопросы корпоративного управления, т. е. собрания акционеров, споры между акционерами относительно пакетов ценных бумаг, подготовку годовых отчетов.

Задачами дисциплины являются:

- ознакомиться с понятием освещение приватизационных процессов;
- ознакомиться с современными тенденциями, видами и методами PR;
- изучить основы теории стратегических коммуникаций;
- ознакомиться с основами корректного анализа кейсов из практики публичных релейшнз для решения содержательных экономических задач.

1.2 Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции, формирующиеся при изучении дисциплины «Системы финансовых коммуникаций»

Шифр компетенции по ФГОС	Характеристика
Общекультурные компетенции (ОК)	
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-3	способность принимать организационно-управленческие решения
Профессиональные компетенции (ПК)	
ПК-7	способность разрабатывать стратегии поведения экономических агентов на различных рынках
ПК-9	способность анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов
ПК-12	способность разрабатывать варианты управленческих решений и обосновывать их выбор на основе критериев социально-экономической эффективности

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- основы теории стратегических коммуникаций как области знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- практическое применение в актуальном мире;

– направления эффективного использования финансовых коммуникаций для принятия организационно-управленческих решений.

УМЕТЬ:

– анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов и применения полученных теоретических навыков на практике;

– проводить корректный анализ кейсов из практики публичных релейшнз для решения содержательных экономических задач;

– выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ.

ВЛАДЕТЬ:

– методами принятия управленческих решений для осуществления сделок на рынках акционерного капитала;

– методами реализации услуг в области слияния и поглощения (M&A);
методами осуществления долгового финансирования.

1.3 Тематический план дисциплины, распределение трудоемкости по видам аудиторных занятий и самостоятельной работы

Наименования разделов, тем	Общее количество	Количество зачетных единиц	Очная форма						Заочная форма					
			Распределение часов по видам занятий											
			Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль	Ауд.	ЛК	ЛР	ПЗ (сем)	СР	Контроль
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Семестр 4														
Тема 1. Различные виды организации PR: PR-департаменты, пресс-службы и PR-агентства в России и за рубежом	6	0,17	3	1	-	2	3	-	1,5	0,5	-	1	4,5	-
Тема 2. Корпоративные коммуникации	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 3. Маркетинговые коммуникации	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 4. Финансовые коммуникации. Сопровождение M&A и IPO сделок	7	0,19	3	1	-	2	4	-	1,5	0,5	-	1	5,5	-
Тема 5. Взаимоотношения с органами государственной власти	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 6. Программы корпоративной социальной ответственности (КСО)	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 7. Оценка эффективности PR-кампаний. Мониторинг и анализ публикаций в СМИ	7	0,19	3	1	-	2	4	-	2	1	-	1	5	-
Тема 8. Взаимоотношения со	8	0,22	4	2	-	2	4	-	2	1	-	1	6	-

СМИ													
Тема 9. Теория и практика успешных выступлений перед публикой и СМИ	6	0,17	2	1		1	4		2	1		1	4
Тема 10. Антикризисные коммуникации	6	0,17	2	1	-	1	4	-	2	1	-	1	4
Форма контроля: зачет	4	0,11	-	-	-	-	4	-	-	-	-	-	4
Всего часов в семестре	68	1,89	29	11	-	18	39	-	18	8	-	10	50
Всего часов по дисциплине	72	2	29	11	-	18	43	-	18	8	-	10	50

1.4 Общие рекомендации к аудиторным занятиям и самостоятельной работе

Приступая к изучению новой учебной дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций и работы с первоисточниками.

Обучение предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельную работу студентов.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса и выполняет следующие функции:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
- узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постараться уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- записать возможные вопросы, которые следует задать лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям состоит в следующем:

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по теме занятия, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

– рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний и умений, терминов и учебных вопросов может быть использована в качестве ориентира в организации обучения.

Для активизации учебно-познавательной деятельности студентов при изучении дисциплины организуется самостоятельная работа. Целями самостоятельной работы студентов являются:

– научить студента осмысленно и самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию.

– закрепление, расширение и углубление знаний, умений и навыков, полученных студентами на аудиторных занятиях под руководством преподавателей;

– изучение студентами дополнительных материалов по изучаемым дисциплинам и умение выбирать необходимый материал из различных источников;

– воспитание у студентов самостоятельности, организованности, самодисциплины, творческой активности, потребности развития познавательных способностей и упорства в достижении поставленных целей.

Предлагаемый подход к освоению учебного материала усиливает мотивацию к аудиторной и внеаудиторной активности, что обеспечивает необходимый уровень знаний по изучаемым дисциплинам и позволяет повысить готовность студентов к сдаче экзаменов.

Основная задача организации самостоятельной работы студентов заключается в создании психолого-дидактических условий развития интеллектуальной инициативы и мышления на занятиях любой формы.

Самостоятельная работа обеспечивается системой учебно-методических средств, предусмотренных для изучения учебной дисциплины: учебники, учебные и методические пособия, планы занятий, сборники задач и упражнений, практикумы и т.д. В процессе самостоятельной работы студент изучает научную и специальную монографическую литературу, пользуется периодическими изданиями и справочниками.

Содержание самостоятельной работы студента при изучении дисциплины определяется рабочей программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Формы самостоятельной работы студентов разнообразны и включают в себя:

– изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;

– подготовку докладов и рефератов;

– участие в работе студенческих конференций, комплексных научных исследованиях.

Самостоятельная работа приобщает студентов к научному творчеству, поиску и решению актуальных современных проблем.

Самостоятельная работа реализуется:

1. Непосредственно в процессе аудиторных занятий – на лекциях, практических занятиях, при выполнении контрольных работ.

2. В контакте с преподавателем вне рамок расписания – на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.

3. В библиотеке, дома, в общежитии, на кафедре при выполнении студентом учебных и творческих задач.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы – аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы по дисциплине «Системы финансовых коммуникаций» являются:

– для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование компьютерной техники и Интернета и др.;

– для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, составление плана, составление таблиц и терминологического словаря для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на конференции, подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

– для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, решение ситуационных (профессиональных) задач, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений и др.

1.5 Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине

К промежуточной аттестации необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса необходимо познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций и практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов, выносимых на семестровый контроль.

Только после этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую основу для промежуточной аттестации.

1.6 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Основная литература:

1. Чудинов, А.П. Основы теории коммуникации: практикум. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.П. Чудинов, Е.А. Нахимова. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 153 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47596>
2. Гуськова, С.В. Основы теории коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2013. — 78 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/47599>
3. Шунейко, А.А. Теория и практика эффективной коммуникации. [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.А. Шунейко, И.А. Авдеенко. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2015. — 360 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72714>
4. Катунина, Н.В. Управление маркетинговыми коммуникациями: учебно-методическое пособие. [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие — Электрон. дан. — Омск: ОмГУ, 2016. — 98 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/89985>

Дополнительная литература:

5. Деловые коммуникации: учебное пособие для студентов экономических специальностей. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Ставрополь: СтГАУ, 2013. — 92 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/61106>
6. Яковлев, И.П. Основы теории коммуникаций. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 192 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63829>
7. Ворошилов, В.В. Экономика СМИ: Электронное учебное пособие. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. — 210 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/63860>
8. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 254 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/68816>