

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление: *42.04.01 – Реклама и связи с общественностью*

Направленность: *Медиа технологии в современной коммуникативной индустрии*

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. полит. наук, доцент кафедры теории и практики общественных связей Е.Н.Жукова

Ответственный редактор

*доктор. филос. наук, профессор, завидующий кафедрой
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории
и практики общественных связей

№ 11 от 14.04.2023 г.

Оглавление

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1. Система оценивания.....	8
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
6.1. Список источников и литературы.....	14
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	15
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	16
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	16
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	16
9. Методические материалы.....	18
9.1. Планы практических занятий.....	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	25

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: способствовать формированию у обучаемых методологической культуры, ориентированной на решение теоретических и практических проблем в сфере привлечения инвестиций посредством коммуникативных технологий.

Задачи:

1) создать условия для усвоения студентами основных принципов построения текстов в общей системе профессиональной деятельности рекламы и связей с общественностью, интеграции коммуникации для привлечения инвестиций и внешних ресурсов, а также содержания основных концепций, понятий и направлений привлечения инвестиций и внешних ресурсов: аутсорсинг, аутстаффинг, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, социальный капитал, развитие добровольчества;

2) сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с проблемами составления текстов в области рекламы и связей с общественностью различных жанров, определением специфики каналов коммуникации и учета имеющегося мирового и отечественного опыта в процессе создания текстов, а также с созданием эффективного комплекса коммуникаций для привлечения инвестиций и внешних ресурсов в организацию;

3) способствовать развитию у обучаемых навыков, обеспечивающих организацию и проведение специальных событий и мероприятий в области привлечения инвестиций и внешних ресурсов, создания сценариев для специальных событий и мероприятий по привлечению инвестиций и внешних ресурсов в организацию, сочетание различных коммуникативных технологий для реализации коммуникационной стратегии по привлечению инвестиций и внешних ресурсов.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<i>Знать:</i> основные принципы построения текстов в общей системе профессиональной деятельности рекламы и связей с общественностью. <i>Уметь:</i> составлять тексты в области рекламы и связей с общественностью различных жанров. <i>Владеть:</i> навыками определения специфики каналов коммуникации и учета имеющегося мирового и отечественного опыта в процессе создания текстов.
	ПК-2.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	<i>Знать:</i> содержание основных концепций, понятий и направлений привлечения инвестиций и внешних ресурсов: аутсорсинг, аутстаффинг, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, социальный капитал, развитие

		<p>добровольчества.</p> <p><i>Уметь:</i> создавать сценарии для специальных событий и мероприятий по привлечению инвестиций и внешних ресурсов в организацию.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками организации и проведения специальных событий и мероприятий в области привлечения инвестиций и внешних ресурсов.</p>
	<p>ПК-2.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>	<p><i>Знать:</i> основные принципы интеграции коммуникации для привлечения инвестиций и внешних ресурсов.</p> <p><i>Уметь:</i> сочетать различные коммуникативные технологии для реализации коммуникационной стратегии по привлечению инвестиций и внешних ресурсов.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками создания эффективного комплекса коммуникаций для привлечения инвестиций и внешних ресурсов в организацию.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Социальные технологии привлечения инвестиций» является элективной дисциплиной и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Разработка и реализация коммуникационной стратегии, Планирование и реализация коммуникационных кампаний, Технологии корпоративной социальной ответственности.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
III	Лекции	8
III	Семинары	22
Всего:		30

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часов.

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Привлечение внешних ресурсов в организацию: основные понятия и технологии

Аутсорсинг как экономическая категория. Понятие аутсорсинга. История становления и основные этапы эволюции аутсорсинга. Технологии. Отбор аутсорсеров. IT-аутсорсинг. Аутсорсинг бизнес-процессов. Производственный аутсорсинг. Правовой аутсорсинг. Обучающий аутсорсинг. Аутсорсинг услуг в области рекламы и связей с общественностью. Положительные и отрицательные стороны аутсорсинга. Как выйти из аутсорсинга. Организационные проблемы развития рынка услуг по аутсорсингу. Аутсорсинг за рубежом: успешные практики. Практика аутсорсинга в России.

Краудсорсинг как новая форма взаимодействия субъектов экономических отношений. Понятие. История. Методология. Технологии. Конкурсные платформы. Совместное использование данных. Добровольные вычисления. Платформы идей. Рейтингование контента. Рынки контента. Коллективные инновации. Краудсорсинг в управлении персоналом (аутстаффинг и краудрекрутинг). Понятие. Технологии. Коворкинги. Управление инновациями. Мотивация первонала. Краудфандинг. Понятие. Технологии. Законодательные основы. Фандрайзинг. Понятие. Технологии. Развитие добровольчества. Понятие. Технологии.

Тема 2. Планирование и реализация эффективного привлечения внешних ресурсов.

Анализ политических и социально-экономических факторов, оказывающих влияние на использование внешних ресурсов. Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений. Викиномика. Биржи идей. Сетевой интеллект. Тенденции развитие аутсорсинга за рубежом. Структура рынка аутсорсинга в России.

Подходы к моделированию процесса привлечения ресурсов. Методологические аспекты и особенности проведения мониторинга рынка аутсорсинговых услуг. Определение стратегии и условий сделки. Снижение рисков. Проблема доверия. Информационно-алгоритмическое обеспечение управления отношениями с аутсорсером. Методы оценки эффективности аутсорсинговых отношений.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	4 балла	35 баллов
- коллоквиум (тема 1)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет (защита исследовательского или практико-ориентированного проекта)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F, FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Текущий контроль

При оценивании выполнения заданий на практических занятиях учитывается (максимум 10 баллов):

- степень и полнота раскрытия параметров задания: задание выполнено полностью и без ошибок (2 балла); задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (1 балл);
- обоснованность содержания и выводов работы: задание выполнено полностью, обоснование содержания и выводов достаточны, рассуждения верны (2 балла); задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) (1 балл);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-2 балла);
- умение применить теорию к незнакомым ситуациям (0-2 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала (0-2 балла).

Дискуссии и дискуссионные панели проходят строго в рамках тем семинарских и практических занятий и дополнительных тем не требуют.

В соответствии с учебным планом в структуре учебной дисциплины предусмотрено две текущие аттестации.

Форма текущего контроля: коллоквиум.

Задание для текущего контроля (коллоквиум)

Группа делится на подгруппы и выбирает тему для доклада.

Панель 1: Фандрайзинг в научно-образовательной сфере

Задание: подготовить сообщение о технологиях фандрайзинга на примере конкретного образовательного учреждения (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие эндаумента. Технологии формирования эндаумента в высшей школе.
2. Распределенная исследовательская деятельность как стратегия фандрайзинга в научно-образовательной сфере.

Литература:

Основная:

Егерев С.В. К вопросу о распределенной исследовательской деятельности / С.В.Егерев, С.А. Захарова // Вестник Российского гуманитарного научного фонда. 2013. №1 (70). С. 83-92.

Рубанцева М. Эндаумент: долго и сообща // Университетская книга. 2014. №1/2. С.64-67.

Дополнительная:

Борзов С.В. Фандрайзинг в высшей школе // Маркетинг. 2011. N4(119). С. 108-126.

Коновалов Л.В. Университетские эндаументы [создание и накопление] // Университетская книга. 2010. N12. С. 42-44.

Панель 2: Фандрайзинг в музейном деле

Задание: подготовить сообщение о технологиях фандрайзинга на примере конкретного музея (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии фандрайзинга в музейном деле.
2. Зарубежный и отечественный опыт сбора средств музеями.
3. Финансовая поддержка музеев в стратегиях корпоративной социальной ответственности коммерческих организаций.
4. Типичные ошибки при написании грантовых заявок.

Источники:

Чижевская Э. Секреты грантописца // Музей. 2007. N9. С. 25-27.

Гринспум Д. Несколько слов о деньгах // Музей. 2012. № 3. С. 66-70.

Даушев Д. Искусство фандрайзинга, или Как продать моральное удовлетворение // Музей. 2007. N9. С. 18-24.

Синтин М.В. Опыт освоения нового выставочного пространства: выставка музейной коллекции в поезде в рекламных целях // Справочник руководителя учреждения культуры. 2006. N9. С. 72-76.

Панель 3: Краудсорсинг и фандрайзинг в библиотечном деле

Задание: подготовить сообщение о технологиях краудсорсинга и фандрайзинга на примере конкретной библиотеки (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии фандрайзинга в библиотечном деле.
2. Зарубежный и отечественный опыт сбора средств библиотеками.

Источники:

Новикова М.И. Возможности использования социальной технологии коллективного финансирования в деятельности библиотек // Научно-техническая информация. Сер. 1, Организация и методика информационной работы. 2014. №10. С. 15-18.

Куценко Е. Фандрайзинг, или Где найти средства? новые источники финансирования // Библиотека. 2010. N10. С. 43-46.

Клдрова Н. Экономика успеха // Библиотека. 2008. N 6. С. 36-38.

Романов П. Когда финансы поют романсы... / П. Романов, А. Базикова // Библиотека. 2007. N4. С. 56-59.

Частухина Е. Фандрайзинг в лицах, или Что может библиотекарь? // Библиотека. 2006. N8. С. 33-35.

Сарсембинова А. "Магические формулы" фандрайзинга // Библиотека. 1999. N7. С.68-70.

Панель 4: Краудфандинг в книгоиздании

Задание: подготовить сообщение о самых интересных издательских проектах в Интернете и технологиях краудфандинга, которые здесь используются.

Вопросы для обсуждения:

1. Краудфандинг в книгораспространении: построение коммуникаций с читателями.
2. Краудфандинг в книгоиздании: построение коммуникаций с писателями.

Источники:

Харитонов В. Целина цифровых сервисов // Университетская книга. 2014. №1/2. С.80-82.

Книжный краудфандинг по-русски // Университетская книга. 2014. №11. С. 74-77.

Харитонов В. Не только книги // Университетская книга. 2012. № 9. С. 86-89.

При оценивании участия в коллоквиуме учитывается (максимум 20 баллов):

- степень и полнота раскрытия параметров задания: задание выполнено полностью и без ошибок (4 балла); задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности (2 балла);
- обоснованность содержания и выводов работы: задание выполнено полностью, обоснование содержания и выводов достаточны, рассуждения верны (4 балла); задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны (2 балла);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-4 балла);
- умение применить теорию к незнакомым ситуациям (0-4 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала (0-4 балла)).

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные задания для промежуточной аттестации (зачет)

Задание: разработка проекта коммуникационной кампании для привлечения внешних ресурсов в организацию.

Структура проекта:

1. Титульный лист
 2. Аннотация (1 стр.)
 3. Основная часть (4 стр.):
- Краткое описание организации, которая собирается привлекать внешние ресурсы
 - Текущее положение дел (проблема, которую нужно решить с помощью привлечения внешних ресурсов)
 - Цели и задачи коммуникативной кампании
 - География кампании
 - Хронологические рамки кампании
 - Общественные группы/стейкхолдеры
 - Ключевые сообщения для общественных групп
 - Коммуникативные каналы
 - План-график (перечень основных мероприятий)
 - Критерии оценки эффективности кампании

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации

1. Понятие аутсорсинга.
2. История становления и основные этапы эволюции аутсорсинга.
3. Технологии отбора аутсорсеров.
4. Аутсорсинг услуг в области рекламы и связей с общественностью.
5. Положительные и отрицательные стороны аутсорсинга.
6. Методология выхода из аутсорсинга.
7. Организационные проблемы развития рынка услуг по аутсорсингу.
8. Основные тенденции развития аутсорсинга за рубежом.
9. Основные тенденции развития аутсорсинга в России.
10. Понятие краудсорсинга.
11. История краудсорсинга.
12. Технологии краудсорсинга.
13. Понятие краудсорсинга в управлении персоналом (аутстаффинг и краудрекрутинг).
14. Понятие и законодательные основы краудфандинга.
15. Технологии краудфандинг и фандрайзинг.
16. Понятие и технологии развитие добровольчества.
17. Планирование привлечения внешних ресурсов в организацию: основные этапы.
18. Мониторинг рынка аутсорсинговых услуг.
19. Методика управления отношениями с аутсорсером.
20. Методы оценки эффективности аутсорсинговых отношений.

Тематика реферативных докладов

1. Сущность аутсорсинга: анализ основных определений.
2. История становления аутсорсинга.
3. Концепция аутсорсинга процессов: основные положения и практики.
4. Зарубежный опыт аутсорсинга.
5. Риски и преимущества аутсорсинга.
6. Роль государства в развитии и регулировании рынка аутсорсинга.
7. Аутсорсинг и социально-экономические интересы субъектов экономических отношений РФ.
8. Аутсорсинг услуг в области рекламы и связей с общественностью.
9. Технологии краудсорсинга: основные принципы.
10. Краудсорсинг в коммуникации с потребителями.
11. Краудсорсинг в управлении персоналом (аутстаффинг и краудрекрутинг).
12. Краудсорсинг в сфере государственного и муниципального управления.
13. Краудсорсинг, краудфандинг и фандрайзинг в политике.
14. Краудсорсинг в банковской сфере.
15. Краудсорсинг и фандрайзинг в сфере НКО.
16. Краудсорсинг в сфере культуры.
17. Фандрайзинг в образовательной сфере.
18. Фандрайзинг в музейном деле.
19. Краудсорсинг и фандрайзинг в библиотечном деле.
20. Краудфандинг в книгоиздании.

Критерий оценки промежуточной аттестации

При проведении промежуточной аттестации студент должен подготовить и защитить проект.

При оценивании задания учитывается (максимум 40 баллов):

- соблюдение формы и объема работы: 5 стр., 12 или 14 кегль, одинарный интервал, форматирование текста по ширине страницы (работы, скаченные из сети, и/или не соответствующие предложенной в задании структуре не принимаются) – 0-5 баллов;
- корректное употребление профессиональной терминологии, а также правильное понимание основных идей и концепций курса – 0-5 баллов;
- умение применить знания, полученные в рамках курса, а также проанализировать научную литературу по выбранной теме – 0-15 баллов;
- умение ясно, логично, непротиворечиво и убедительно изложить результаты своего исследования в письменной (тест работы, презентация в программе Power Point) и устной (10-минутное выступление) формах – 0-10 баллов;
- наличие ссылок на использованные источники (Ф.И. автора, название публикации, название, год и место издания, ссылка URL) – 0-5 баллов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Калюжнова, Н. Я. Социальное предпринимательство: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Е. П. Огаркова, М. А. Осипов; под редакцией Н. Я. Калюжновой. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 114 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495798>
2. Основы социального предпринимательства: учебное пособие для вузов / Е. М. Белый [и др.]; под редакцией Е. М. Белого. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 178 с. —// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495926>

Дополнительная

1. Аникеева, О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность: учебник и практикум для вузов / О. П. Аникеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022; Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета. — 169 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496276>
2. Аутсорсинг в стратегии современного бизнеса. Лучшие практики успешной работы с поставщиками услуг: учебник / Ю. Е. Ефросинин, С. Н. Македонский, М. С. Брусенцев [и др.]; под общ. ред. С. Н. Македонского, Ю. Е. Ефросинина, Л. Л. Шустерова. - 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2020. - 368 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783899>
3. Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учебное пособие / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2022. — 313 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1442619>
4. Баранчеев, В. П. Управление инновациями: учебник для вузов / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 747 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488625>
5. Одегов, Ю. Г. Аутсорсинг и аутстаффинг в управлении персоналом: учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Ю. В. Долженкова, С. В. Малинин. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 389 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488940>
6. Спиридонова, Е. А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 298 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494062>

7. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 267 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492969>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Интервью с директором по развитию краудфандинговой платформы Planeta.ru Василиной Дрогичинской // Авторская программа Тимура Асланова «PR-директор». 22 апр. 2019 г. URL: https://www.youtube.com/watch?v=R9EaRnFJpHQ&feature=youtu.be&fbclid=IwAR3WshiWPwIepAnjir82igglN7efVhQWRnTatMT4GeVeeC5uH_dDJDsubF8

Руденко Б. Всемирный форум «InnoCentive»: научные таланты России - к сотрудничеству! // Наука и жизнь. 2004. №5. <https://www.nkj.ru/archive/articles/3521/>

Клюев П.Г. Innocentive – «невинный заработок»? // Нанометр: нанотехнологическое сообщество. 22 января 2011 г. http://www.nanometer.ru/2011/01/22/12956931322427_246216.html

Портал крауд-сервисов <http://crowdsourcing.ru/>

Краудсорсинг: основные площадки в России и их аналоги на Западе <http://www.towave.ru/pub/kraudsorsing-osnovnye-ploshchadki-v-rossii-i-ikh-analogi-na-zapade.html>

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
- International Association of Outsourcing Professionals <https://www.iaop.org/>
- InnoCentive (с 2001) <https://www.innocentive.com/>
- Boomstarter <http://boomstarter.ru/>
- Planeta.ru <https://planeta.ru/>
- Kickstarter <https://www.kickstarter.com/>
- Инвестиционная площадка StartTrack <https://starttrack.ru/>
- Краудлендинговая площадка МодульДеньги! <https://moduldengi.ru/>
- Witology (с 2010) <https://witology.com/>
- INNOBOS www.innobos.ru
- Pressfeed <https://pressfeed.ru/>
- YouScan <https://youscan.io>
- Brand Analytics <https://br-analytics.ru>
- Nexis Social Analytics www.lexisnexis.ru
- Медиалогия www.mlg.ru
- ПрессИндекс <https://pressindex.ru>
- IQBuzz <https://iqbuzz.pro>
- Hootsuite <https://hootsuite.com>
- Public.ru public.ru
- Интегрум Мониторинг integrum.ru/dostup-smi
- Скан Интерфакс scan-interfax.ru
- ПрессИндекс pressindex.ru
- LexisNexis www.lexisnexis.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Практическое занятие 1. Технологии аутсорсинга: основные принципы

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление об аутсорсинге, его основных принципах и технологиях.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие аутсорсинга.
2. История аутсорсинга.
3. Технологии аутсорсинга.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 2. Аутсорсинг услуг в области рекламы и связей с общественностью

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление об аутсорсинге, услуг в области рекламы и связей с общественностью.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегия развития PR в России. Какие тенденции развития PR в России выделила председатель АКООС Лилия Глазова? Чем занимается Координационный совет коммуникационной индустрии при Общественной палате РФ?
2. Какие тренды развития PR в России выделили эксперты?
3. Проанализируйте данные Business Insights Survey 2020. Какие категории услуг PR-агентств являются самыми распространенными (топ-5)? Какие из них являются конкурентными? Какая из них является самой доходной? Какие категории услуг PR-агентств находятся в кризисе, а какие, наоборот, являются перспективными? Какие проблемы, вызовы и возможности стоят перед российскими PR-агентствами?

Источники:

AKOS Russia PR Report 2020-2021. «Будущее PR глазами агентств». URL: <https://www.akospr.ru/ob-associacii/godovye-otchety/>.

Business Insights Survey 2020. URL: https://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2021/06/AKOS_Business_Insights_2020_1.pdf.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 3. Технологии краудсорсинга и краудфандинга: основные принципы

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга и краудфандинга, а также их основных принципах.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и технологии краудсорсинга.
2. Краудсорсинг и управление знаниями.
3. Концепция предоставления знаний как сервис для повышения эффективности управления информационными технологиями. Модель KaaS.
4. Краудфандинг как инновационный инструмент инвестирования. Понятие краудфандинга.

Задание «Краудсорсинг в банковской сфере»: подготовить сообщение о технологиях краудсорсинга на примере конкретного банка (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Краудсорсинг как новая форма организации трудовой деятельности в коммерческом банке.
2. Анализ зарубежного и российского опыта краудсорсинга в банковской сфере.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 4. Краудсорсинг в коммуникации с потребителями

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга в коммуникации с потребителями.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Краудсорсинг в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Краудсорсинг как метод разработки продуктов.
3. Коворкинг как технология взаимодействия с потребителями. Виртуальные биржи идей.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 5. Краудсорсинг в управлении персоналом (аутстаффинг и краудрекрутинг)

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга в управлении персоналом (аутстаффинг и краудрекрутинг).

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Истоки и понятие аутстаффинга.
2. Развитие аутстаффинга в СССР и в России.
3. Достоинства и недостатки аутстаффинга.
4. Понятие краудрекрутинга.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 6. Краудсорсинг в сфере государственного и муниципального управления

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга в сфере государственного и муниципального управления.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Вопросы для обсуждения:

1. Использование краудсорсинга для муниципального управления.
2. Оценка и перспективы использования краудсорсинга как инструмента эффективного государственного управления.
3. Современные тенденции развития конкурентоспособности городов.
4. Перспективы применения принципов краудсорсинга органами государственной власти и местного самоуправления.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 7. Краудсорсинг, краудфандинг и фандрайзинг в политике

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга, краудфандинг и фандрайзинг в политике.

Форма проведения – дискуссионная панель

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие краудсорсинга. Технологии краудсорсинга в политике.
2. Зарубежный опыт использования краудсорсинга в политике.
3. Понятие краудфандинга. Краудфандинг за рубежом и в российской политике

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

Практическое занятие 8. Краудсорсинг и краудфандинг в сфере культуры

Цель занятия: сформировать у студентов целостное представление о технологиях краудсорсинга и краудфандинг в сфере культуры.

Форма проведения – дискуссионная панель.

Часть 1: Краудсорсинг и краудфандинг для учреждений культуры

Задание: подготовить сообщение о технологиях краудсорсинга и фандрайзинга на примере конкретного учреждения культуры (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и технологии краудсорсинга в сфере культуры.
2. Технологии краудфандинга в сфере культуры.

Часть 2: Краудсорсинг и фандрайзинг в сфере НКО

Задание: подготовить сообщение о технологиях краудсорсинга и фандрайзинга на примере конкретной НКО (по выбору учащегося).

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и технологии краудсорсинга в сфере НКО.
3. Технологии краудфандинга в некоммерческой сфере. Non-profit relations как часть деятельности некоммерческих организаций.
2. Волонтерское движение в России и за рубежом. Технологии развития добровольчества.

Материально-техническое обеспечение занятия: мультимедийная аудитория или проектор с ноутбуком.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Социальные технологии привлечения инвестиций»: способствовать формированию у обучаемых методологической культуры, ориентированной на решение теоретических и практических проблем в сфере привлечения инвестиций посредством коммуникативных технологий.

Задачи:

1) создать условия для усвоения студентами основных принципов построения текстов в общей системе профессиональной деятельности рекламы и связей с общественностью, интеграции коммуникации для привлечения инвестиций и внешних ресурсов, а также содержания основных концепций, понятий и направлений привлечения инвестиций и внешних ресурсов: аутсорсинг, аутстаффинг, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, социальный капитал, развитие добровольчества;

2) сформировать у студентов комплекс компетенций, связанных с проблемами составления текстов в области рекламы и связей с общественностью различных жанров, определением специфики каналов коммуникации и учета имеющегося мирового и отечественного опыта в процессе создания текстов, а также с созданием эффективного комплекса коммуникаций для привлечения инвестиций и внешних ресурсов в организацию;

3) способствовать развитию у обучаемых навыков, обеспечивающих организацию и проведение специальных событий и мероприятий в области привлечения инвестиций и внешних ресурсов, создания сценариев для специальных событий и мероприятий по привлечению инвестиций и внешних ресурсов в организацию, сочетание различных коммуникативных технологий для реализации коммуникационной стратегии по привлечению инвестиций и внешних ресурсов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы построения текстов в общей системе профессиональной деятельности рекламы и связей с общественностью, содержание основных концепций, понятий и направлений привлечения инвестиций и внешних ресурсов: аутсорсинг, аутстаффинг, краудсорсинг, краудфандинг, фандрайзинг, социальный капитал, развитие добровольчества, основные принципы интеграции коммуникации для привлечения инвестиций и внешних ресурсов.

Уметь: составлять тексты в области рекламы и связей с общественностью различных жанров, создавать сценарии для специальных событий и мероприятий по привлечению инвестиций и внешних ресурсов в организацию, сочетать различные коммуникативные технологии для реализации коммуникационной стратегии по привлечению инвестиций и внешних ресурсов.

Владеть: навыками определения специфики каналов коммуникации и учета имеющегося мирового и отечественного опыта в процессе создания текстов, навыками организации и проведения специальных событий и мероприятий в области привлечения инвестиций и внешних ресурсов, навыками создания эффективного комплекса коммуникаций для привлечения инвестиций и внешних ресурсов в организацию.