

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной и  
методической работе

*[Signature]* /Шубаева В.Г./

«20» *июня* 20 *18* г.

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В  
ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

*[Signature]*  
*[Signature]*

/ д. филол. н., профессор Кривоносов А.Д.

/ ассистент Ненахов М.В.

Санкт-Петербург  
2018

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА .....	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ .....	5
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины ...	5
7.2. Организация самостоятельной работы .....	6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	6
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	8
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса .....	9
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	9

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины:** представить специфику коммуникационной деятельности в финансовой сфере

**Задачи:**

- определить объем понятия «финансовые коммуникации»;
- дать экскурс в историю банковского и страхового дела;
- выявить субъектно-объектную сферу финансовых коммуникаций;
- представить эффективный инструментарий рекламы и связей с общественностью в сфере финансов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ «Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-12: Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Третий уровень (продвинутый) (ПК-12) –3	Знать: социокультурную роль и значение деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ЗЗ(ПК-12). Уметь: подходить к решению поставленных задач в контексте социокультурных аспектов профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации УЗ(ПК-12). Владеть: расширенными навыками анализа и оценки своей профессиональной деятельности, осуществляемой в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации ВЗ(ПК-12).
ПК-14: Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Третий уровень (продвинутый) (ПК-14) –3	Знать: современные подходы к оценке рекламы как сферы профессиональной деятельности ЗЗ(ПК-14). Уметь: комплексно подходить к оценке профессиональной компетентности специалиста в области рекламы УЗ(ПК-14). Владеть: экономической подготовленностью к решению профессиональных задач в области рекламы ВЗ(ПК-14).
ПК-15: Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном	Третий уровень (продвинутый) (ПК-15) –3	Знать: социокультурные особенности функционирования в организациях отделов по рекламе и маркетинговых отделов, а также рекламных агентств ЗЗ(ПК-15). Уметь: выделять социокультурные аспекты в

агентстве		профессиональной деятельности специалиста отдела рекламы, маркетингового отдела или сотрудника рекламного агентства УЗ(ПК-15). Владеть: навыками анализа и оценки деятельности отдела по рекламе, маркетингового отдела и рекламного агентства ВЗ(ПК-15).
-----------	--	--

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
1. Финансовые коммуникации: объем понятия	2	2		12
2. История финансового и страхового дела	2	2		12
3. Регулирование в финансовой сфере	2	4		14
4. Субъекты и объекты финансовых коммуникаций	6	6		18
5. Результаты PR-деятельности в финансовой сфере	3	6		14
6. Инструменты коммуникаций в финансовой сфере	3	6		14
7. Реклама в финансовой сфере	2	2		12
<b>Всего по дисциплине:</b>	<b>20</b>	<b>28</b>		<b>96</b>

\*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

#### 5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

##### Тема 1. Финансовые коммуникации: объем понятия

Понятие финансовой сферы. Понятие финансовых коммуникаций. Широкий и узкий подходы к определению рекламы и связей с общественностью в банковской и страховой сфере. Социокультурная роль и значение деятельности в области рекламы в коммерческих финансовых структурах.

##### Тема 2. История финансового и страхового дела

Понятие финансов. Появление и развитие финансовой и страховой сферы. Особенности формирования финансовых институтов в дореволюционной России. Краткая история банковского дела в СССР.

##### Тема 3. Регулирование в финансовой сфере

Государственное и негосударственное регулирование в сфере банковских и страховых услуг. Этическое регулирование в сфере финансов. Кодекс банкира. Кодексы деловой этики и этические кодексы в современной России.

##### Тема 4. Субъекты и объекты финансовых коммуникаций.

Организация структуры по рекламе и связям с общественностью в финансовой и страховой сфере. Должностные обязанности пресс-секретаря, сотрудника отдела по рекламе и СО. Группы целевой общественности и целевые аудитории в финансовой

сфере: клиенты, СМИ, органы госвласти, местные сообщества, финансовые круги и банковское сообщество; акционеры, инвесторы.

#### **Тема 5. Результаты PR-деятельности в финансовой сфере**

Имидж и репутация учреждения банковской сферы: компоненты и формирование; нейминг и логотипика, другие компоненты фирменного стиля; формирование истории и легенды; социальная политика учреждения в финансовой сфере. Спонсорство и благотворительность. Современные подходы к оценке рекламы как сферы профессиональной деятельности в сфере финансов.

#### **Тема 6. Инструменты коммуникаций в финансовой сфере**

Информационная политика банковского учреждения; собрание акционеров и формы отчетности; годовой отчет, социальный отчет, отчет об устойчивом развитии; корпоративный сайт, банковская полиграфия, корпоративные издания.

#### **Тема 7. Реклама в финансовой сфере**

Особенности развития и функционирования рекламы в сфере финансов. Особенности рекламы в страховой сфере. Социокультурные особенности функционирования в финансовых организациях отделов по рекламе и маркетинговых отделов. Структура модульного рекламного текста в финансовой рекламе. Реклама в СМИ.

## **6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА**

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия/ Оценочное средство
1	2	3
1	Финансовые коммуникации: содержание и характеристика	ПЗ Коллоквиум
2	История финансового и страхового дела. Появление и развитие финансовой и страховой сферы. Особенности формирования финансовых институтов.	ПЗ Доклад-презентация
3	Государственное и негосударственное регулирование в финансовой сфере	ПЗ КТ№1 Контрольная работа 1
4	Субъекты и объекты финансовых коммуникаций. Организация структуры по рекламе и связям с общественностью в финансовой и страховой сфере.	ПЗ Доклад-презентация
5	Результаты PR-деятельности. Имидж и репутация учреждения. Спонсорство и благотворительность.	ПЗ Досье финансовой структуры
6	Информационная политика и инструменты коммуникаций в финансовой сфере.	ПЗ Доклад-презентация
7	Особенности развития и функционирования рекламы в финансовой сфере	ПЗ КТ№2 Контрольная работа 2

\*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

## **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### **7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины**

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

## 7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-7	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
1-7	Выполнение заданий по темам дисциплины
1-4	Подготовка к контрольной точке №1 «Контрольная работа 1 «Субъекты и объекты финансовых структур»»
1-7	Подготовка к контрольной точке №2 «Контрольная работа 2 «Реклама финансовой структуры»»
1-7	Подготовка к сдаче экзамена.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

## 8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- лекция-дискуссия (тема №1);
- проблемная лекция (тема №4,5);
- гостевая лекция (тема № 6,7);
- деловая игра (тема N 4)/

**Лекции-дискуссии.** В ходе такой лекции преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Происходит взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Данный вид занятия позволяет активизировать познавательную деятельность аудитории, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых слушателей. Обучающимся предлагается проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции - дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает коротко обсудить, затем дать краткий анализ.

**Гостевая лекция.** Проводится приглашенным специалистом-практиком в сфере крупного бизнеса по вопросам корпоративной социальной ответственности.

**Проблемная лекция.** Характеризуется постановкой перед студентами учебных проблем-заданий, которые они должны самостоятельно решить, получив, таким образом, новые знания. В лекции сочетаются проблемные и информационные начала. Часть знаний студент получает в виде готовых знаний, а часть добывает самостоятельно под руководством преподавателя. На этих лекциях процесс познания студентов приближается к поисковой, исследовательской деятельности.

**Деловая игра** - имитационное моделирование процессов управления социально-экономическими системами и профессиональной деятельностью людей в условных ситуациях с целью изучения и решения возникших проблем. Учебные деловые игры применяются с целью дать практику принятия решений в условиях, приближенных к реальным. Обязательными признаками деловой игры являются:

- наличие проблемы управления социально-экономической или социально-психологической системой;
- наличие общих целей всего игрового коллектива;
- наличие различных ролей и в соответствии с ними различие интересов (конфликт) участников, назначенных выполнять эти роли;
- невозможность полной формализации системы, наличие неопределенности в обстановке, учет вероятностного характера многих факторов и, исходя из этого,
- наличие игровой имитационной модели рассматриваемого процесса;
- наличие реального или условного фактора времени;
- наличие системы оценки результатов игровой деятельности;
- наличие системы мотивации участников, дающей объективную оценку личного вклада каждого участника игры в достижение общей цели, общего результата деятельности игрового коллектива;
- многоальтернативность решений;
- обязательное минимально необходимое и достаточное документальное обеспечение деловой игры;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

В оценке результатов игры преобладает фактор качества принятых решений

## 9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
<a href="#">Кривоносов, А. Д.</a> Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. 2-е изд. Стандарт третьего поколения / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. — Санкт-Петербург : Питер, 2018. — 288 с.	основная	-	<a href="#">ЭБС Айбукс</a>
Кривоносов А.Д. Финансовые коммуникации : учебное пособие / А.Д.Кривоносов. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2016. — 123 с. — Сведения доступны также по Интернету: <a href="http://orac.unecon.ru">orac.unecon.ru</a> .	основная	45	<a href="#">ЭБ</a> <a href="http://ORAC.UNECON.RU">ORAC.UNECON.RU</a>
Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 486 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>
Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 231 с.	дополнительная	-	<a href="#">ЭБС Юрайт</a>

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – <a href="http://www.grebennikon.ru">www.grebennikon.ru</a>
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – <a href="http://www.cyberleninka.ru">www.cyberleninka.ru</a>
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – <a href="http://www.polpred.com">www.polpred.com</a>
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – <a href="http://www.oecd-ilibrary.org">www.oecd-ilibrary.org</a>

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a> )
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a> )
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или <a href="http://www.kodeks.ru">www.kodeks.ru</a> )
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - <a href="http://www.book.ru">www.book.ru</a>
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a>
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – <a href="http://www.znanium.com">www.znanium.com</a>
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– <a href="http://orac.unecon.ru">orac.unecon.ru</a>



## **9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса**

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа и практических занятий.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

## **11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).