

УТВЕРЖДЕНО
«16» декабря 2023 г.
Генеральный директор
ООО «Гиперион СГ»
Щеглов А. И.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ
В ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТАХ»**

Москва, 2023 г.

Оглавление

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	2
2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН	6
3. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	7
4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	11
5. Рабочая программа модуля «Обеспечение информационной доступности»	12
6. Рабочая программа модуля «Управление информационно-коммуникационными рисками».....	17
7. Рабочая программа модуля «Взаимодействие с заинтересованными сторонами» 20	
8. Рабочая программа модуля «Стратегия и тактика переговоров».....	25
9. Рабочая программа модуля «Инвестиционный маркетинг»	28
10. Рабочая программа модуля «Практический инструментарий»	33
11. Рабочая программа модуля «Кейс-стади информационного сопровождения»	37
12. Рабочая программа модуля «Практикум для руководителей проектов»	40
13. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ	42
Формы аттестации	42
Критерии оценки обучающихся	42
Фонд оценочных средств.....	44
Дополнительные материалы	52
14. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ.....	53
Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.....	53
Требования к информационным и учебно-методическим условиям	54
Интернет-ресурсы.....	54
15. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ	55

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Управление коммуникациями в инфраструктурных проектах» (далее – Программа) – первая в России профессиональная образовательная программа, направленная на повышение компетенций для выстраивания эффективных коммуникаций между стейкхолдерами инфраструктурного проекта: публичной стороной, инвесторами, населением, контрольно-надзорными органами, федеральными регуляторами, общественными активистами, экологами и другими заинтересованными сторонами.

Нормативно-правовая база Программы включает:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 года № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
- Письмо Минобрнауки России от 22 апреля 2015 года № ВК-1032/06 «О направлении методических рекомендаций» (вместе с «Методическими рекомендациями-разъяснениями по разработке дополнительных профессиональных программ на основе профессиональных стандартов»).
- Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н).

Цель: формирование знаний и навыков по вопросам инвестиционного маркетинга, выстраивания эффективных стратегий переговоров между участниками инфраструктурного проекта и специфики информационного сопровождения инфраструктурных проектов на разных стадиях их жизненного цикла.

Задачи:

- разъяснить, как сделать маркетинговую «упаковку» инфраструктурного проекта с учётом особенностей привлечения внебюджетного финансирования;
- продемонстрировать, какую стратегию и тактику коммуникаций между публичной стороной и частным инвестором необходимо использовать при подготовке, финансировании и реализации проекта ГЧП;
- подготовить к грамотному управлению информационно-коммуникационными рисками на разных стадиях жизненного цикла проектов ГЧП;
- познакомить с маркетинговыми инструментами повышения операционной эффективности инфраструктурных проектов;
- подчеркнуть значимость обеспечения информационной открытости и стратегии вовлечения населения в процесс подготовки и реализации инфраструктурных проектов.

Освоение программы повышения квалификации слушателями включает изучение теоретического материала, самостоятельную работу, промежуточную и итоговую аттестацию.

Реализация программы повышения квалификации направлена на совершенствование компетенций, необходимой для профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Трудовые действия	Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации
	Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации
	Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации
	Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации
	Формирование имиджа и деловой репутации организации
	Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации
	Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж
	Работа с инструментами прямого маркетинга
	Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
Необходимые умения	Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании
	Формировать имидж и деловую репутацию организации
	Продвигать товары (услуги) организации на рынок
	Улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики
	Выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий
	Проводить анализ результативности коммуникационной политики
	Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики
Необходимые знания	Инструменты маркетинговых коммуникаций
	Стандарты, этические нормы и принципы, регулирующие информационно-коммуникационную и рекламную деятельность организации
	Состав процесса стратегического и оперативного планирования
	Организация рекламного дела
	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации

Категория слушателей:

Возможные наименования должностей, профессий	Начальник отдела маркетинга Начальник отдела сбыта Начальник отдела по связям с общественностью
Требования к образованию и обучению	Высшее образование - магистратура или специалитет
Требования к опыту практической работы	Не менее трех лет в области маркетинговой деятельности

Срок обучения: 68,2 академ. час., 8 нед., 2 мес.

Форма обучения: дистанционная, онлайн (записанные лекции, сессии вопросов и ответов, интерактивные онлайн-мероприятия, направленные на разработку коммуникационных стратегий собственных проектов).

Для реализации программы задействован следующий кадровый потенциал:

- **Преподаватели учебных дисциплин** — обеспечивается необходимый уровень компетенции преподавательского состава, включающий высшее образование в области соответствующей дисциплины программы или высшее образование в иной области и стаж работы по изучаемой тематике не менее 3 лет; использование при изучении дисциплин программы эффективных методик преподавания, предполагающих выполнение слушателями практических заданий.
- **Административный персонал** — обеспечивает условия для эффективной работы педагогического коллектива, осуществляет контроль и текущую организационную работу;
- **Информационно-технологический персонал** — обеспечивает функционирование информационной структуры.

Содержание программы повышения квалификации определяется учебным планом и календарным учебным графиком, программой дисциплин (модулей), требованиями к промежуточной и итоговой аттестации.

Промежуточная аттестация по Программе проводится в **форме тестирования**.

Итоговая аттестация по Программе проводится в формате защиты выпускных проектов в письменной форме с приложением презентационных материалов. Итоговая аттестация должна выявить теоретическую и практическую подготовку специалиста. Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения дисциплин программы в предусмотренном объеме и подтвердивший самостоятельное изучение сдачей помодульных тестов.

Лица, освоившие Программу и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают **удостоверение о повышении квалификации**.

Лица, не прошедшие процедуру итоговой аттестации, получают **справку о периоде обучения** и доступ к материалам Программы в течение 3 месяцев с момента поступления.

Оценочными материалами по Программе являются блоки контрольных вопросов по дисциплинам, формируемые образовательной организацией и используемые при промежуточном контроле знаний (тестировании) и итоговой аттестации.

Методическими материалами к программе являются аналитические исследования, рейтинги, стандарты, сборники модельных документов и пр., которые являются дополнительными инструментами для освоения дисциплин Программы.

Характеристика новой квалификации и связанных с ней видов профессиональной деятельности, трудовых функций и уровней квалификации, приобретаемых обучающимися в рамках освоения ДПП, основываются на профессиональном стандарте «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н).

Связь ДПП с профессиональным стандартом выражается в обучении разработке и реализации маркетинговых программ и использованию инструментов комплекса маркетинга на рынке инфраструктуры и ГЧП. Новая квалификация позволит руководителям и менеджерам инвестиционных проектов, руководителям PR-департаментов, департаментов по взаимодействию с органами власти и инвесторами проектных компаний, департаментов маркетинга финансово-банковских организаций, руководителям и сотрудникам региональных центров ГЧП, корпораций и агентств инвестиционного развития, руководителям пресс-служб федеральных и региональных органов власти, а также органов местного самоуправления грамотно выстраивать маркетинговые стратегии и осуществлять информационное сопровождение инфраструктурных и ГЧП-проектов.

Компетенции, предусмотренные в рамках трудовой функции «Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации» профессионального стандарта, подлежат совершенствованию в процессе прохождения слушателями Программы, в частности проведение внутренних и внешних коммуникаций компании, формирование имиджа и деловой репутации организации, улучшение бизнес-процессов организации в области коммуникационной политики, выстраивание системы коммуникаций в организации на уровне стратегий, использование инструментов проектного управления в выработке коммуникационной политики и проведение анализа её результативности.

В результате освоения Программы у слушателей будут сформированы такие новые компетенции, как способность обеспечивать доступность информации об инфраструктурном проекте, умение управлять информационно-коммуникационными рисками инфраструктурного проекта на разных стадиях его реализации, навык взаимодействия со всеми заинтересованными в реализации инфраструктурного проекта сторонами, умение выстраивать стратегию и тактику переговоров в отношении инфраструктурного проекта, понимание особенностей инвестиционного маркетинга и умение применять его инструментарий на практике.

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование модуля	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
1	Обеспечение информационной доступности	9,4	7,4	1	1
2	Управление информационно-коммуникационными рисками	8,8	6,8	1	1
3	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	8,8	6,8	1	1
4	Стратегия и тактика переговоров	7,5	5,5	1	1
5	Инвестиционный маркетинг	9,6	7,6	1	1
6	Практический инструментарий	7,2	5,2	1	1
7	Кейс-стади информационного сопровождения	6,9	4,9	1	1
8	Основы для руководителей проектов	4	3	1	-
9	Итоговая аттестация	6	-	-	6
	Всего:	68,2	47,2	8	13

3. УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование модуля	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
1.	Обеспечение информационной доступности	9,4	7,4	1	1
1.1	Особенности информационного сопровождения проектов ГЧП		1,6		
1.2	Стандарты и руководства международных институтов развития по взаимодействию со стейкхолдерами проектов ГЧП		0,5		
1.3	Нормативно-правовое обеспечение информационной открытости в России. Ключевые особенности законодательства о ГЧП		1		
1.4	Стандарт информационной открытости проектов ГЧП для публичной стороны, частного инвестора и финансирующей организации		1,2		
1.5	Вопросы публикации в публичном пространстве проектной и конкурсной документации концессионных и ГЧП-проектов		1		
1.6	Формирование публичного образа проекта: рациональный и эмоциональный компонент		1,2		
1.7	Единая цифровая платформа обратной связи		0,9		
1.8	Промежуточная аттестация				1

2.	Управление информационно-коммуникационными рисками	8,8	6,8	1	1
2.1	Информационно-коммуникационные риски и способы их хеджирования		2,3		
2.2	Карта информационно-коммуникационных рисков России		0,9		
2.3	Международная практика реализации информационно-коммуникационных рисков инфраструктурных проектов		1,7		
2.4	Устранение и минимизация информационно-коммуникационных рисков через структурирование юридических условий		1,2		
2.5	Влияние информационно-коммуникационных рисков на привлечение долевого, заемного и облигационного финансирования		0,7		
2.6	Промежуточная аттестация				1
3.	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	8,8	6,8	1	1
3.1	В диалоге с обществом		1,2		
3.2	Управление результатом массовой коммуникации		0,7		
3.3	Стратегии вовлечения населения в процесс подготовки и реализации проектов ГЧП		1,7		
3.4	Коммуникации с депутатским корпусом: от противостояния к сотрудничеству		0,5		
3.5	Управление реакциями контрольно-надзорных органов на концессионные и ГЧП-проекты		1,4		
3.6	Восприятие проектов ГЧП журналистами. Что журналисты хотят знать о ГЧП или как попасть на страницы федеральных СМИ		0,7		

3.7	Бренд работодателя в системе маркетинговых коммуникаций инфраструктурных проектов: инструменты создания и разрушения		0,6		
3.8	Промежуточная аттестация				1
4.	Стратегия и тактика переговоров	7,5	5,5	1	1
4.1	Факторы, влияющие на принятие решения публичной стороной о старте реализации проекта		1,4		
4.2	Решение GR-задач в рамках судебных и административных процессов		1,8		
4.3	Реализация стратегии импортозамещения в ГЧП-проектах		0,6		
4.4	Продвижение капиталоемких инфраструктурных проектов на российском и зарубежном рынках		0,8		
4.5	Рекомендации по подготовке и реализации транспортных и градостроительных реформ		0,9		
4.6	Промежуточная аттестация				1
5.	Инвестиционный маркетинг	9,6	7,6	1	1
5.1	Стратегии входа инвестора на территорию будущей реализации проектов ГЧП		0,9		
5.2	Механизмы повышения интереса финансовых институтов к участию в проекте		0,1		
5.3	Выпуск ответственных облигаций под инфраструктурные проекты		1,1		
5.4	Влияние маркетинга на возможность привлечения федерального финансирования в концессионный или ГЧП-проект		0,5		
5.5	ESG-факторы и финансирование инфраструктурных проектов		1,1		
5.6	Инициативное бюджетирование как механизм привлечения граждан		1		

	к распределению средств местных и региональных бюджетов				
5.7	Геймификация как способ повышения коммерческой эффективности объекта инфраструктуры		1,2		
5.8	Особенности инвестиционного маркетинга на вторичном рынке инфраструктурных проектов		1,7		
5.9	Промежуточная аттестация				1
6.	Практический инструментарий	7,2	5,2	1	1
6.1	Подготовка обоснования целесообразности реализации проекта ГЧП		0,5		
6.2	Особенности создания сайта инфраструктурного проекта или проектной компании		1,3		
6.3	Секреты популярных новостей, как сформулировать информацию для прессы так, чтобы журналистам было понятно		0,9		
6.4	Специфика проведения роуд-шоу проектов ГЧП		0,9		
6.5	Особенности организации и проведения общественных слушаний в офлайн и онлайн форматах		0,9		
6.6	Подготовка публичного отчета о реализации проекта ГЧП: обязательное и рекомендованное содержание		0,7		
6.7	Промежуточная аттестация				1
7.	Кейс-стади информационного сопровождения	6,9	4,9	1	1
7.1	Особенности информационного сопровождения концессионных проектов Федерального дорожного агентства (Росавтодор)		0,5		
7.2	Особенности информационного сопровождения концессионных проектов в сфере обращения с ОКН		1		
7.3	Особенности информационного сопровождения проекта «Западный скоростной диаметр»		1,2		
7.4	Взгляд публичной стороны на информационно-коммуникационные риски проектов ГЧП. Опыт Новосибирской области		1,3		
7.5	Особенности информационного сопровождения инвестиционных		0,9		

	проектов в отношении объектов водоснабжения и водоотведения				
7.6	Промежуточная аттестация				1
8.	Основы для руководителей проектов	4	3	1	
8.1	Секреты успешного публичного выступления и телеинтервью				
9.	Итоговая аттестация	6			6
9.1	Защита выпускных проектов				6
	Всего:	68,2	47,2	8	13

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Календарный график обучения является примерным.

Срок освоения программы — **2 месяца**. Начало обучения — по мере набора группы. Рекомендуемый режим занятий: не более **2 академических часов в день**. Промежуточная и итоговые аттестации проводятся согласно графику.

№	Наименование модуля / неделя	ВР	1	2	3	4	5	6	7	8
			1	Обеспечение информационной доступности	ВЛ 7,4	1				
2	Управление информационно-коммуникационными рисками	СР	1							
		ПЗ	1							
		ВЛ		6,8						
3	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	СР		1						
		ПЗ		1						
		ВЛ			6,8					
4	Стратегия и тактика переговоров	СР				5,5				
		ПЗ				1				
		ВЛ					7,6			
5	Инвестиционный маркетинг	СР					1			
		ПЗ					1			
		ВЛ							5,2	
6	Практический инструментарий	СР						1		
		ПЗ						1		
		ВЛ								4,9
7	Кейс-стади информационного сопровождения	СР							1	
		ПЗ							1	
		ВЛ								
8	Основы для руководителей	СР								1
		ИА								
9	Защита выпускных проектов									

ВР – вид работы
ВЛ - видеолекции
СР – самостоятельная работа
ПЗ – проверка знаний
ИА – итоговая аттестация

5. Рабочая программа модуля «Обеспечение информационной доступности»

Цель: приобретение обучающимися глубоких знаний в области обеспечения информационной доступности инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить аспекты информационного сопровождения проектов ГЧП, регулярно применять в своей профессиональной деятельности российские и международные стандарты и нормативно-правовые акты для корректного обеспечения доступности информации о таких проектах, учитывать различные составляющие публичного образа данных проектов в информационной работе.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить существующее в России и мире нормативно-правовое регулирование и стандарты информационной открытости инфраструктурных и ГЧП проектов, а также понять, как грамотно формировать имидж таких проектов в публичном пространстве.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- почему необходимо обеспечивать информационную открытость инфраструктурных и ГЧП-проектов;
- каковы особенности взаимодействия с различными сторонами таких проектов;
- на какую законодательную базу необходимо опираться в процессе информационного сопровождения инфраструктурного проекта;
- какая проектная документация может становиться публичной;
- какова специфика участия сторон проекта в публичных дискуссиях.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 9,4 академических часа (из них видеолекции — 7,4 часов, самостоятельная работа — 1 час, проверка знаний – 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
1.	Обеспечение информационной доступности	9,4	7,4	1	1
1.1	Особенности информационного сопровождения проектов ГЧП		1,6		
1.2	Стандарты и руководства международных институтов развития по взаимодействию со стейкхолдерами проектов ГЧП		0,5		
1.3	Нормативно-правовое обеспечение информационной открытости в России. Ключевые особенности законодательства о ГЧП		1		
1.4	Стандарт информационной открытости проектов ГЧП для публичной стороны, частного инвестора и финансирующей организации		1,2		
1.5	Вопросы публикации в публичном пространстве проектной и конкурсной документации концессионных и ГЧП-проектов		1		
1.6	Формирование публичного образа проекта: рациональный и эмоциональный компонент		1,2		
1.7	Единая цифровая платформа обратной связи		0,9		
1.8	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Особенности информационного сопровождения проектов ГЧП (1,6 академ. час)

- Обзор текущего состояния информационной открытости проектов ГЧП
- Задачи информационного сопровождения проектов ГЧП
- Факторы восприятия проектов ГЧП
- Отраслевая специфика информационного сопровождения проектов ГЧП

Знать: каков уровень доступности информации об инфраструктурных проектах России на сегодняшний день, зачем нужно обеспечивать информационное сопровождение таких проектов, что может повлиять на их восприятие общественностью, в каких отраслях есть нюансы информационного сопровождения ГЧП-проектов.

Уметь: обосновать необходимость информационного сопровождения инфраструктурного проекта в зависимости от отрасли реализации, определять и устанавливать задачи по управлению маркетингом инфраструктурного проекта.

Тема 2. Стандарты и руководства международных институтов развития по взаимодействию со стейкхолдерами проектов ГЧП (0,5 академ. час)

- Кто является внешними и внутренними стейкхолдерами проектов ГЧП?
- Каковы стандарты международных финансовых институтов по работе с заинтересованными сторонами (например, коренными народами)?
- Каковы механизмы работы с каждой из выявленных заинтересованных сторон?
- Как распределяются задачи по взаимодействию со стейкхолдерами проектов на разных стадиях жизненного цикла проекта?

Знать: каковы стороны, заинтересованные в инфраструктурных проектах, каким образом необходимо выстраивать взаимоотношения с каждой из них с учётом этапа реализации проекта и на какие мировые стандарты можно при этом опираться.

Уметь: использовать и адаптировать стандарты и руководства международных институтов развития при подготовке инфраструктурного проекта в субъектах РФ.

Тема 3. Нормативно-правовое обеспечение информационной открытости в России. Ключевые особенности законодательства о ГЧП (1 академ. час)

- Законодательство в сфере обеспечения доступа к информации, правовые режимы информации и данных
- Информационная открытость проекта vs. различные виды тайн и режимы информации: как найти баланс и выработать PR-стратегию, соблюдая требования законодательства
- Что обязан раскрывать концедент / публичный партнер и концессионер / частный партнер о проекте ГЧП согласно законодательству: порядок, регулирование, этапы проекта
- Сравнение ЧКИ и конкурса в вопросах информационной открытости
- Открытая информация о ГЧП проекте: всегда ли можно ее заменить?

Знать: каковы законодательные особенности в вопросах обеспечения доступности информации о проектах ГЧП, как соблюдать правовые режимы при информационном сопровождении проекта и при этом предоставлять необходимые сведения о нём заинтересованным сторонам для выполнения коммуникационной стратегии.

Уметь: раскрывать информацию об инфраструктурном проекте с учётом нормативно-правового регулирования в этой области.

Тема 4. Стандарт информационной открытости проектов ГЧП для публичной стороны, частного инвестора и финансирующей организации (1,2 академ. час)

- Область применения Стандарта информационной открытости проектов ГЧП
- Рекомендованные критерии оценки информационной открытости проектов ГЧП
- Схема информационного сопровождения на разных стадиях жизненного цикла проекта ГЧП
- Распределение обязательств между сторонами проектов ГЧП по обеспечению информационной открытости
- Эффекты внедрения Стандарта информационной открытости в сферу реализации проектов ГЧП

Знать: что такое Стандарт информационной открытости проектов ГЧП и почему его использование может быть эффективным, как, согласно Стандарту, оценивается доступность информации об инфраструктурных проектах, какую информационную поддержку необходимо оказывать проекту на том или ином этапе его реализации, как стороны проекта делят между собой ответственность за раскрытие информации о нем.

Уметь: применять рекомендации Стандарта информационной открытости проектов ГЧП на практике для обеспечения оптимального уровня доступности информации об инфраструктурном проекте в зависимости от стадии его жизненного цикла.

Тема 5. Вопросы публикации в публичном пространстве проектной и конкурсной документации концессионных и ГЧП-проектов (1 академ. час)

- Аргументы «ЗА» и «ПРОТИВ» публикации текста концессионного соглашения. Какие разделы и приложения к концессионному соглашению могут быть скрыты?
- Заинтересованы ли органы государственной власти в широком освещении полученной частной инициативы? Можно ли менять документы после размещения «заявки» о ЧКИ?
- Может ли публичная сторона аннулировать результаты проведенной процедуры рассмотрения частной инициативы?
- Должен ли отчет об исполнении обязательств быть публичным документом? Что должен содержать отчет? Где лучше опубликовать отчет?

- Какие еще документы должны становиться достоянием общественности?

Знать: стоит ли размещать в открытом доступе сведения, связанные с конкурсными процедурами по проекту, заключенное соглашение, отчет об исполнении обязательств и другие документы.

Уметь: обеспечивать оптимальную доступность проектной и конкурсной документации концессионных и ГЧП-проектов в публичном пространстве.

Тема 6. Формирование публичного образа проекта: рациональный и эмоциональный компонент (1,2 академ. час)

- Не только «что говорить», но и «как говорить». Рациональная и эмоциональная составляющая коммуникации
- Почему эмоциональный компонент традиционно недооценивается руководителями и как это сказывается на результатах массовой коммуникации (в СМИ, в социальных сетях)?
- Сила слова в публичной дискуссии: рациональный аргумент или эмоциональная оценка
- Не воробей, или одно неосторожное высказывание. Создание и...

Знать: каковы рациональные и эмоциональные компоненты коммуникаций, и почему они важны в равной степени, насколько критичным может быть использование тех или иных выражений в публичных выступлениях и в письменных сообщениях, касающихся реализуемого проекта.

Уметь: выстраивать имидж инфраструктурного проекта посредством устной и письменной коммуникации с учетом ее рациональных и эмоциональных факторов.

Тема 7. Единая цифровая платформа обратной связи (0,9 академ. час)

- Создание единого окна цифровой обратной связи на базе федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»
- Проблематика и цели создания единого окна цифровой обратной связи
- Функциональные компоненты: обработка сообщений и обращений, инцидент-менеджмент, голосования и опросы, госпублики
- Примеры федеральных сервисов обратной связи

Знать: что такое единое окно цифровой обратной связи, зачем оно необходимо, каковы составляющие цифровых платформ предоставления обратной связи.

Уметь: определять и использовать возможности цифровых сервисов обратной связи для целей взаимодействия с целевыми группами инфраструктурного проекта.

Тема 8. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

6. Рабочая программа модуля «Управление информационно-коммуникационными рисками»

Цель: приобретение обучающимися глубоких знаний в области управления информационно-коммуникационными рисками инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить понятие и виды информационно-коммуникационных рисков инфраструктурных проектов, научиться предотвращать их наступление или минимизировать ущерб от их воздействия, опираясь на существующую практику в России и других странах, в том числе с использованием правовых инструментов.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить процесс составления карты информационно-коммуникационных рисков проектов, осознать влияние таких рисков на ключевые составляющие реализации проектов, понять, как устранять или минимизировать последствия данных рисков.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- какие существуют информационно-коммуникационные риски и как их хеджировать;
- как управляют информационно-коммуникационными рисками инициаторы не только российских, но и международных проектов;
- как подготовить юридическую документацию проекта так, чтобы избежать или оперативно отреагировать на наступление информационно-коммуникационных рисков;
- как информационно-коммуникационные риски могут отразиться на финансировании проектов.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 8,8 академических часов (из них видеолекции — 6,8 часов, самостоятельная работа – 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	

2.	Управление информационно-коммуникационными рисками	8,8	6,8	1	1
2.1	Информационно-коммуникационные риски и способы их хеджирования		2,3		
2.2	Карта информационно-коммуникационных рисков России		0,9		
2.3	Международная практика реализации информационно-коммуникационных рисков инфраструктурных проектов		1,7		
2.4	Устранение и минимизация информационно-коммуникационных рисков через структурирование юридических условий		1,2		
2.5	Влияние информационно-коммуникационных рисков на привлечение долевого, заемного и облигационного финансирования		0,7		
2.6	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Информационно-коммуникационные риски и способы их хеджирования (2,3 академ. часа)

- Место информационно-коммуникационных рисков в структуре рисков инфраструктурного проекта
- Предпосылки и выражения информационно-коммуникационных рисков
- Ключевые обвинения в адрес участников проектов ГЧП
- Вероятные последствия реализации информационно-коммуникационных рисков для участников проектов ГЧП
- Оценка вероятности наступления информационно-коммуникационных рисков и стоимости их последствий

Знать: каким образом определить информационно-коммуникационные риски в инфраструктурном проекте и на что они могут повлиять.

Уметь: своевременно оценить возможность возникновения в проекте информационно-коммуникационных рисков и просчитать вероятные финансовые и репутационные потери в случае их игнорирования.

Тема 2. Карта информационно-коммуникационных рисков России (0,9 академ. часа)

- Презентация карты информационно-коммуникационных рисков России
- Обзор наиболее резонансных историй реализации информационно-коммуникационных рисков в сфере ГЧП в современной России
- Обзор релевантных кейсов из практики реализации инфраструктурных проектов

Знать: что такое карта информационно-коммуникационных рисков, какова практика реализации подобных рисков в российских инфраструктурных проектах.

Уметь: использовать карту информационно-коммуникационных рисков в инфраструктурных проектах и сторонний опыт наступления таких рисков во избежание аналогичных ситуаций в своей профессиональной деятельности.

Тема 3. Международная практика реализации информационно-коммуникационных рисков инфраструктурных проектов (1,7 академ. час)

- Международная практика управления и реализации информационно-коммуникационных рисков в инфраструктурных проектах: ключевые подходы, значимость, актуальная повестка
- Влияние отраслевой специфики проектов на подход к управлению соответствующими рисками
- Оценка рисков и ее влияние на условия реализации проекта (иностранная практика)
- Подходы к учету информационно-коммуникационных рисков в практике международных институтов и банков развития
- Отдельные кейсы реализации рисков на примере отдельных проектов / стран

Знать: как в зарубежных странах управляют информационно-коммуникационными рисками инициаторы инфраструктурных проектов, в том числе в различных сферах экономики.

Уметь: учитывать в своей профессиональной деятельности международный опыт оценки и управления информационно-коммуникационными рисками в инфраструктурных проектах.

Тема 4. Устранение и минимизация информационно-коммуникационных рисков через структурирование юридических условий (1,2 академ. час)

- Информационно-коммуникационные риски проекта: их влияние на проект и тенденции
- Правовые механизмы и юридические конструкции для устранения и минимизации информационно-коммуникационных рисков
- Эффективные способы минимизации информационно-коммуникационных рисков в юридических документах: примеры из международного опыта
- Риски и процессуальные (процедурные) аспекты подготовки и реализации проекта, ключевые рекомендации; влияние и взаимозависимость информационно-коммуникационных рисков и иных, в том числе более значимых, проектных рисков;

- Система договоров и документов, в которых должны содержаться положения, минимизирующие информационно-коммуникационные риски

Знать: какие правовые инструменты позволяют предотвратить наступление информационно-коммуникационных рисков в инфраструктурном проекте или компенсировать нанесённый ими ущерб.

Уметь: дополнять тексты юридических документов отдельными положениями, направленными на минимизацию и распределение информационно-коммуникационных рисков в рамках реализации инфраструктурного проекта.

Тема 5. Влияние информационно-коммуникационных рисков на привлечение долевого, заемного и облигационного финансирования (0,7 академ. час)

- Могут ли информационно-коммуникационные риски повлиять на возможность привлечения финансирования?
- На что обращают внимание инвесторы и финансирующие организации?
- Отделяем зёрна от плевел: как в информационном «шуме» определить настоящие новости и фейки?
- Деньги любят тишину, но не затишье перед бурей
- Как упаковать проект, чтобы он был интересен инвесторам?

Знать: как влияет наличие информационно-коммуникационных рисков на принятие решения о предоставлении долевого, заемного и облигационного финансирования.

Уметь: выстраивать коммуникации с финансирующими организациями таким образом, чтобы возможные информационно-коммуникационные риски не были препятствием для привлечения инвестиций.

Тема 7. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

7. Рабочая программа модуля «Взаимодействие с заинтересованными сторонами»

Цель: приобретение обучающимися глубоких знаний в области взаимодействия с заинтересованными сторонами инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить специфику коммуникации со всеми участниками процесса реализации инфраструктурного проекта и эффективно использовать средства коммуникации в рамках информационной работы.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить аспекты управления массовой коммуникацией, особенности взаимодействия с органами государственной власти, контрольно-надзорными структурами, СМИ в рамках реализации проекта, а также понять значение бренда работодателя в коммуникационной системе проекта.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- как грамотно выстраивать диалог со сторонниками и противниками реализации проекта;
- каковы основные компоненты информационных сообщений, исходящих от инициаторов проекта;
- что такое коммуникационный план и какова его структура;
- как могут помочь или, наоборот, препятствовать развитию проекта представители органов государственной власти;
- как подготовиться к взаимодействию с прокуратурой и / или антимонопольным органом в рамках работы над проектом;
- какие информационные поводы проекта могут действительно заинтересовать представителей СМИ;
- как образ инициатора проекта как компании-работодателя может влиять на бизнес-процессы.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 8,8 академических часов (из них видеолекции — 6,8 часов, самостоятельная работа – 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
3.	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	8,8	6,8	1	1
3.1	В диалоге с обществом		1,2		
3.2	Управление результатом массовой коммуникации		0,7		
3.3	Стратегии вовлечения населения в процесс подготовки и реализации проектов ГЧП		1,7		
3.4	Коммуникации с депутатским корпусом: от противостояния к сотрудничеству		0,5		

3.5	Управление реакциями контрольно-надзорных органов на концессионные и ГЧП-проекты		1,4		
3.6	Восприятие проектов ГЧП журналистами. Что журналисты хотят знать о ГЧП или как попасть на страницы федеральных СМИ		0,7		
3.7	Бренд работодателя в системе маркетинговых коммуникаций инфраструктурных проектов: инструменты создания и разрушения		0,6		
3.8	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. В диалоге с обществом (1,2 академ. час)

- Уроки Трампа, или как работает Спираль молчания. Как руководителю определить качественные и количественные цели информационной работы (в СМИ и соцсетях)
- На что обращают внимание инвесторы и финансирующие организации? С кем разговариваешь? Выделение целевых групп по признаку отношения к проекту
- «Баба Яга против». Слабые места «идейных» противников инфраструктурных проектов
- Механизмы привлечения сторонников: эксперты и ЛОМы, диалог на языке выгод, точность даже в мелочах. Позиции руководителя в реализации этой задачи

Знать: что такое «Спираль молчания», как найти подход к тем, кто выступает против инфраструктурного проекта, и как привлечь на сторону проекта тех, кто может оказать ему существенную информационную поддержку.

Уметь: ставить конкретные цели и четкие задачи информационной работы в рамках реализации инфраструктурного проекта и выстраивать взаимоотношения как с его сторонниками, так и с противниками.

Тема 2. Управление результатом массовой коммуникации (0,7 академ. час)

- Как работает третий закон Ньютона в процессе коммуникации? Речь как действие. Роль руководителя проекта в коммуникационном процессе
- Что запомнит аудитория? Прагматическая цель как единственный источник программирования обратной связи
- Не каша и не из топора. Событие, информационный повод и прагматическая цель – ключевые ингредиенты информационного сообщения
- От одного текста – к планированию информационной кампании. Может ли руководитель передоверить определение целевых аудиторий и целей

Знать: какова роль руководителя инфраструктурного проекта в коммуникационной стратегии, из чего состоит информационное сообщение, которое действительно достигнет

целевой аудитории проекта, и как планировать информационные кампании в рамках работы по проекту.

Уметь: составлять коммуникационную стратегию инфраструктурного проекта и управлять ее результатами.

Тема 3. Стратегии вовлечения населения в процесс подготовки и реализации проектов ГЧП. Формирование коммуникационного плана (1,7 академ. час)

- Цели и задачи вовлечения граждан в решение вопросов развития городской среды
- Уровни вовлечения населения в процесс реализации инфраструктурных проектов
- Планирование участия граждан на каждом из этапов жизненного цикла проекта
- Распределение ролей и ответственностей при создании проекта
- Структура коммуникационного плана

Знать: зачем необходимо вовлекать жителей в процесс реализации инфраструктурного проекта и на каких этапах это нужно делать, как составить коммуникационный план по взаимодействию с населением, проживающим в зоне проекта.

Уметь: планировать участие граждан на всех стадиях реализации инфраструктурного проекта и выстраивать четкую информационную политику в их отношении.

Тема 4. Коммуникации с депутатским корпусом: от противостояния к сотрудничеству (0,5 академ. час)

- Чьи интересы на самом деле представляют депутаты?
- Понимание политических потребностей представителей местных и региональных органов законодательной власти
- Работа с депутатским корпусом в условиях избирательных циклов
- Обзор действий депутатов для блокирования концессионных проектов
- Подходы к работе с депутатским корпусом для успешного запуска и реализации проектов ГЧП

Знать: особенности взаимодействия с представителями органов государственной власти по инфраструктурному проекту, в том числе в период избирательных циклов.

Уметь: найти сбалансированный подход к сотрудничеству с представителями законодательных органов власти в части согласования и реализации инфраструктурного проекта.

Тема 5. Управление реакциями контрольно-надзорных органов на концессионные и ГЧП-проекты (1,4 академ. час)

- О чем нужно подумать на подготовительном этапе публичному партнёру в намерении заключить концессионное соглашение?
- Какие виды контроля за заключением и реализацией концессионных соглашений существуют?
- Что делать если в дверь концессионного проекта стучится прокуратура или антимонопольный орган
- Без паники (примеры из практики)

Знать: какова специфика работы контрольно-надзорных органов в отношении инфраструктурных проектов, и какие действия необходимо предпринимать для подготовки к их проверкам в рамках реализации инфраструктурного проекта.

Уметь: предоставлять корректную информацию и взаимодействовать с представителями контрольно-надзорных органов, опираясь на уже существующий опыт инициаторов инфраструктурных проектов в данных вопросах.

Тема 6. Восприятие проектов ГЧП журналистами. Что журналисты хотят знать о ГЧП или как попасть на страницы федеральных СМИ (0,7 академ. час)

- Как установить контакт с нужным журналистом и редакцией СМИ?
- Как выдержать конкуренцию между новостями об инфраструктурных проектах?
- Информационные поводы и темы для публикаций: оптимальные комбинации
- Ключевые ошибки и риски при подготовке публикации в СМИ

Знать: какие информационные сообщения об инфраструктурных проектах могут быть наиболее актуальными для публикации в СМИ, и каких недочетов в работе с журналистами можно избежать.

Уметь: устанавливать взаимовыгодные отношения с представителями СМИ в целях максимально эффективного освещения процесса реализации инфраструктурного проекта.

Тема 7. Бренд работодателя в системе маркетинговых коммуникаций инфраструктурных проектов: инструменты создания и разрушения (0,6 академ. час)

- Бренд компании-работодателя, реализующего инфраструктурные проекты – один из видов коммуникации и конкурентное преимущество. Влияние бренда работодателя на бизнес-процессы, связанные с персоналом и повышение доверия к организации
- Целевые аудитории HR-бренда внутри организации: молодые и опытные специалисты, эксперты, руководители в сфере ГЧП. Что для них важно?
- Восприятие HR-бренда организации внешней аудиторией: органами власти, конечными пользователями объектов инфраструктуры, потенциальными инвесторами
- Стратегия организации по привлечению персонала на узкоспециализированном рынке труда и удержанию талантливых сотрудников
- Управление по ценностям – современный HR-тренд, в особенности для организаций, оказывающих профессиональные услуги

- Причины профессионального выгорания сотрудников и потери интереса к работе. Формирование и продвижение EVP (ценностного предложения работодателя)

Знать: как качественно сформированный образ инициатора инфраструктурного проекта на рынке труда может увеличить уровень доверия со стороны различных групп общественности, и как привлекать персонал, который позволит компании успешно реализовывать инфраструктурные проекты.

Уметь: использовать инструменты по созданию имиджа компании-работодателя с целью дополнения коммуникационной стратегии проекта и создания конкурентного преимущества в сфере инфраструктуры и ГЧП.

Тема 8. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

8. Рабочая программа модуля «Стратегия и тактика переговоров»

Цель: приобретение обучающимися глубоких знаний в области стратегии и тактики ведения переговоров в рамках реализации инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить особенности переговорного процесса в рамках реализации инфраструктурного проекта и способы выстраивания взаимоотношений с публичной стороной с учетом возможных кризисных ситуаций.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям понять, как публичная сторона принимает решение о реализации проекта и как возможные информационно-коммуникационные риски этого проекта могут повлиять на этот процесс; узнать, почему для ряда проектов важны отраслевые реформы; получить представление о том, как выстраивать GR-стратегию в случае возникновения судебных и административных процессов.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- как публичная сторона классифицирует инвесторов проектов;
- как получить преимущество при проведении переговоров с публичной стороной и как грамотно использовать для этого информационную повестку;
- как может увеличить ценность проекта стратегия импортозамещения;
- как продвигать крупные инфраструктурные проекты в России и за её пределами;
- как сопровождать реализацию инфраструктурной реформы;
- как решать GR-задачи в контексте процессуальных споров по проектам.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 7,5 академических часов (из них видеолекции — 5,5 часов, самостоятельная работа — 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
4.	Стратегия и тактика переговоров	7,5	5,5	1	1
4.1	Факторы, влияющие на принятие решения публичной стороной о старте реализации проекта		1,4		
4.2	Решение GR-задач в рамках судебных и административных процессов		1,8		
4.3	Реализация стратегии импортозамещения в ГЧП-проектах		0,6		
4.4	Продвижение капиталоемких инфраструктурных проектов на российском и зарубежном рынках		0,8		
4.5	Рекомендации по подготовке и реализации транспортных и градостроительных реформ		0,9		
4.6	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Факторы, влияющие на принятие решения публичной стороной о старте реализации проекта (1,4 академ. час)

- Частная инициатива или конкурс: инфраструктурное развитие в пределах бюджетной ограниченности
- 115-ФЗ и 224-ФЗ глазами публичной стороны: есть ли оптимальный рецепт успешного инфраструктурного проекта?
- Как публичная сторона классифицирует инвесторов?
- Проектная команда публичной стороны: миф или реальность?

Знать: какая форма реализации инфраструктурного проекта выглядит наиболее оптимальной для органов государственной власти, как их представители воспринимают частную сторону – инициатора проекта и кто входит в состав команды инфраструктурного проекта с публичной стороны.

Уметь: определять обстоятельства, которые могут способствовать принятию решения публичной стороной по реализации инфраструктурного проекта или, наоборот, препятствовать этому процессу.

Тема 2. Решение GR-задач в рамках судебных и административных процессов (1,8 академ. час)

- Судебные и административные споры и информационно-коммуникационные риски инфраструктурных проектов: практика, основные уроки и выводы, тенденции
- Процессуальные (судебные и административные) споры и GR/PR-стратегии: как найти правильный баланс с точки зрения стратегии и тактики; инициирование и реагирование на значимые обстоятельства, решение GR / PR-задач и возможные конфигурации кейсов; общественные кампании
- Методы и допустимые границы при подготовке стратегий и тактик
- «Не повторять»: топ-5 ошибок «от ума»

Знать: как не допустить повторения чужих GR-ошибок в рамках реализации инфраструктурного проекта и как подготовиться к участию в спорах, опираясь на существующую судебную практику.

Уметь: управлять GR- и PR-стратегией инфраструктурного проекта в условиях судебных и административных процессов.

Тема 3. Реализация стратегии импортозамещения в ГЧП-проектах (0,6 академ. час)

- Рынок ГЧП – единственная в России экосистема для развития гражданского сектора продукции российских технологических компаний
- Хотят ли российские производители входить на рынок ГЧП? Системные проблемы рынка или ментальность технологов?
- Перспективы развития российских технологических компаний и их консорциумов в свете, запланированной Правительством РФ оптимизации институтов развития
- Как привлечение российских технологий позволяют создать качественно новые ценности ГЧП-проекта для всех его участников

Знать: каковы сложности работы на российском рынке ГЧП для производителей и технологических компаний и каким образом участие таких компаний может в инфраструктурных проектах влиять на развитие отрасли.

Уметь: видеть возможности импортозамещения и применять их в своей профессиональной деятельности для эффективной реализации инфраструктурного проекта.

Тема 4. Продвижение капиталоемких инфраструктурных проектов на российском и зарубежном рынках (0,8 академ. час)

- 5 заповедей и 15 реальных инструментов продвижения крупных инфраструктурных проектов на примере проектов высокоскоростных магистралей
- Чужие грабли или свои? Опирается на мировой опыт или выбрать свой особенный путь?

- От ненависти до любви, или как привлечь экспертов на свою сторону?
- Как лучше продавать крупные проекты – сразу или по частям?
- Внутренние точки сопротивления – как создать пул амбассадоров внутри компании?

Знать: какие механизмы позволяют продвигать капиталоемкие проекты, и насколько актуальна международная практика для целей продвижения; как заручиться экспертной поддержкой – во внешнем и внутреннем окружении инфраструктурного проекта.

Уметь: использовать сторонний опыт в качестве опоры для продвижения собственного инфраструктурного проекта (как в российском, так и при необходимости зарубежном информационном поле).

Тема 5. Рекомендации по подготовке и реализации транспортных и градостроительных реформ (0,9 академ. час)

- Уровни восприятия реформ и приоритеты взаимоотношений между заинтересованными сторонами
- Смыслы информационного сопровождения транспортных реформ
- Как нужно взаимодействовать с населением при планировании и реализации транспортных и градостроительных реформы?
- Инструменты информационного сопровождения реализации инфраструктурных реформ

Знать: почему реформам в сфере транспорта и градостроительной политики требуется информационная поддержка, каким образом необходимо встраивать коммуникацию с гражданами в информационный план осуществления реформ.

Уметь: эффективно использовать инструментарий информационного сопровождения инфраструктурных реформ в случае возникновения такой потребности.

Тема 6. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

9. Рабочая программа модуля «Инвестиционный маркетинг»

Цель: приобретение обучающимися глубоких знаний в области инвестиционного маркетинга инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить аспекты информационного сопровождения инфраструктурного проекта, позволяющие сделать его привлекательным для финансовых структур, а также особенности продвижения такого проекта на вторичном рынке.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить процесс подготовки ко входу на территорию будущей реализации проекта; понять, как повысить интерес финансовых организаций к участию в проекте, и насколько важна роль маркетинга в привлечении финансирования на федеральном уровне; познакомиться с различными инструментами увеличения коммерческой эффективности проекта.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- как увеличить стоимость отказа публичной стороны от проекта;
- как сделать проект информационно открытым для привлечения финансирующих структур;
- как сделать проект «ответственным», и что это дает;
- как соблюсти баланс интересов для получения государственной поддержки проекта;
- что такое инициативное бюджетирование, и как вовлечь население в проект;
- как использовать геймификацию в интересах развития проекта;
- что такое вторичный рынок инфраструктурных активов, и как на нём продвигать проект.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8,6 академических часов (из них видеолекции — 7,6 часов, самостоятельная работа – 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
5.	Инвестиционный маркетинг	8,6	7,6	1	1
5.1	Стратегии входа инвестора на территорию будущей реализации проектов ГЧП		0,9		
5.2	Механизмы повышения интереса финансовых институтов к участию в проекте		0,1		
5.3	Выпуск ответственных облигаций под инфраструктурные проекты		1,1		
5.4	Влияние маркетинга на возможность привлечения федерального финансирования в концессионный или ГЧП-проект		0,5		
5.5	ESG-факторы и финансирование инфраструктурных проектов		1,1		

5.6	Инициативное бюджетирование как механизм привлечения граждан к распределению средств местных и региональных бюджетов		1		
5.7	Геймификация как способ повышения коммерческой эффективности объекта инфраструктуры		1,2		
5.8	Особенности инвестиционного маркетинга на вторичном рынке инфраструктурных проектов		1,7		
5.9	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Стратегии входа инвестора на территорию будущей реализации проектов ГЧП (0,9 академ. час)

- Презумпция виновности, или инвестор всегда бандит: восприятие бизнеса общественностью
- Как подготовить почву для входа на территорию реализации будущих проектов
- Повышение стоимости отказа публичной стороны от реализации проекта
- Формирование лояльной группы сторонников проекта
- Как приделывать письмам «ноги»?

Знать: какие существуют способы проникновения на территорию реализации инфраструктурного проекта для инвестора, что такое стоимость отказа публичной стороны от реализации такого проекта

Уметь: использовать в своей профессиональной деятельности инструменты входа инвестиционной компании на территорию реализации инфраструктурного проекта и создавать круг лояльных к нему лиц

Тема 2. Механизмы повышения интереса финансовых институтов к участию в проекте (0,1 академ. час)

- Формы участия банков в проектах ГЧП
- Тенденции привлечения финансирования в инфраструктурные проекты
- Отношение финансово-банковских организаций к информационной открытости и доступности информации о сделках

Знать: каковы модели вовлечения финансирующих структур в проекты ГЧП и каким образом можно увеличить привлекательность инфраструктурного проекта для них

Уметь: применять на практике механизмы информационного сопровождения, способствующие вовлечению финансовых институтов в инфраструктурный проект

Тема 3. Выпуск ответственных облигаций под инфраструктурные проекты (1,1 академ. час)

- Какие ответственные облигации можно выпускать под инфраструктурные проекты?
- Примеры выпуска зеленых, социальных и устойчивых облигаций.
- Повышение стоимости отказа публичной стороны от реализации проекта.
- Особенности построения системы коммуникаций на базе выпуска ответственных облигаций.
- Какие дополнительные возможности дает статус «ответственного» проекта?

Знать: какими бывают облигации, подходящие для инфраструктурных проектов, как их использование может быть задействовано в коммуникационной стратегии таких проектов.

Уметь: в случае необходимости осуществлять информационное сопровождение выпуска облигаций под инфраструктурный проект и использовать преимущества статуса «ответственного» проекта в коммуникационной стратегии.

Тема 4. Влияние маркетинга на возможность привлечения федерального финансирования в концессионный или ГЧП-проект (0,5 академ. час)

- Критерии успешного проекта и роль соблюдения баланса интересов для получения господдержки
- Риск-менеджмент. Как управлять возможными отклонениями из-за воздействия внешних факторов
- Этапы и способы продвижения: работа со СМИ, на отраслевых мероприятиях и GR на примере реальных проектов

Знать: факторы, влияющие на получение финансовой и нефинансовой поддержки для инфраструктурного проекта на федеральном уровне

Уметь: использовать PR- и GR-инструменты в своей работе, нацеленной на привлечение финансирования из федерального бюджета в инфраструктурный проект

Тема 5. ESG-факторы и финансирование инфраструктурных проектов (1,1 академ. час)

- Почему ESG-факторы имеют особое значение для инфраструктурных проектов?
- Внедрение в России принципов качественных инфраструктурных инвестиций
- Пилотирование национальной системы оценки и сертификации инфраструктурных проектов
- Как оцениваются ESG-факторы инфраструктурных проектов

Знать: что такое ESG-факторы и какую роль они играют в процессе реализации инфраструктурного проекта

Уметь: учитывать и разрабатывать ESG-стандарт для деятельности проектной компании, реализующей инфраструктурный проект.

Тема 6. Инициативное бюджетирование как механизм привлечения граждан к распределению средств местных и региональных бюджетов (1 академ. час)

- Форматы вовлечения граждан в проекты городской среды
- Дополнительные эффекты инициативного бюджетирования
- Основные типы практик инициативного бюджетирования
- Правовые инструменты регулирования инициативного бюджетирования в субъектах РФ

Знать: какие способы участия населения в инфраструктурном проекте существуют и насколько они могут быть эффективны

Уметь: использовать инструменты инициативного бюджетирования для реализации инфраструктурного проекта

Тема 7. Геймификация как способ повышения коммерческой эффективности объекта инфраструктуры (1,2 академ. час)

- Геймификация в цифрах: зачем она серьезному бизнесу и государству (исследования и прогнозы на будущее)
- Возможности геймификации: опыт использования геймификации Сбербанком (Спасибомания), SAP, Адидас (Разбуди свой спальный район), Google (Система затрат на путешествия) и др. в маркетинговых целях
- Кейс-стади применения геймификации в государственном секторе РФ (проект «Активный гражданин», проект «Чистые игры», проект «Магазин поощрений», проект Медузы «Собери долги за газ»)
- Выводы: как применить принципы геймификации для повышения коммерческой эффективности вашего проекта

Знать: что такое геймификация, чем она может быть полезна для инфраструктурного проекта.

Уметь: внедрять элементы геймификации в инфраструктурном проекте для увеличения его коммерческой эффективности.

Тема 8. Особенности инвестиционного маркетинга на вторичном рынке инфраструктурных проектов (1,7 академ. час)

- Кто обитает на вторичном рынке инфраструктурных активов, и чем они питаются?
- Спрос рождает предложение. Есть ли спрос на инфраструктурные активы? Готовы ли концессионеры торговать своими проектами?
- Как привлечь внимание инвесторов к объектам инфраструктуры?
- Какие данные рекомендованы к раскрытию? Какие рейтинги смотрит инвестор?
- Рефинансирование и удлинение долга для инфраструктурных проектов. Мнение публичной стороны
- Что нужно изначально учесть при структурировании инфраструктурного проекта, чтобы предусмотреть возможность его дальнейшей секьюритизации? Значимые для рынка примеры

Знать: что влияет на возможность продажи инфраструктурного актива.

Уметь: использовать методы инвестиционного маркетинга для продвижения инфраструктурного проекта на рынке слияний и поглощений.

Тема 9. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

10. Рабочая программа модуля «Практический инструментарий»

Цель: ознакомление обучающихся с практическим инструментарием, используемым в области информационного сопровождения инфраструктурных и ГЧП проектов.

Задачи: усвоить спектр средств оказания информационной поддержки инфраструктурному проекту на разных стадиях его реализации.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить процесс подготовки обоснования целесообразности реализации проекта; понять, как создать сайт проекта, и зачем проектам нужны роуд-шоу; познакомиться с принципами организации общественных обсуждений и особенностями формирования публичного отчета о проекте.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- какова роль обоснования целесообразности проекта в его дальнейшем согласовании и продвижении;
- зачем проекту и / или проектной компании нужен сайт и какая информация на нём должна содержаться;
- как грамотно составлять информационные сообщения о проекте;
- что такое роуд-шоу, и каких результатов можно добиться по итогам участия в нем;
- что такое общественные обсуждения или публичные слушания проекта, и как корректно принять в них участие;
- зачем проекту нужен годовой отчет, и как его правильно подготовить.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 7,2 академических часов (из них видеолекции — 5,2 часов, самостоятельная работа – 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п/п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
6.	Практический инструментарий	7,2	5,2	1	1
6.1	Подготовка обоснования целесообразности реализации проекта ГЧП		0,5		
6.2	Особенности создания сайта инфраструктурного проекта или проектной компании		1,3		
6.3	Секреты популярных новостей, как сформулировать информацию для прессы так, чтобы журналистам было понятно		0,9		
6.4	Специфика проведения роуд-шоу проектов ГЧП		0,9		
6.5	Особенности организации и проведения общественных слушаний в офлайн и онлайн форматах		0,9		
6.6	Подготовка публичного отчета о реализации проекта ГЧП: обязательное и рекомендованное содержание		0,7		
6.7	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Подготовка обоснования целесообразности реализации проекта ГЧП (0,5 академ. час)

- Обоснование целесообразности – фундамент для получения необходимой доказательной документации с целью дальнейшего продвижения и согласования проекта
- Структура обоснования целесообразности. Рекомендованное содержание и возможные развилки
- Определение востребованности проекта конечными пользователями и оценка готовности платить за доступ к объекту инфраструктуры
- Оценка и описание социально-экономических эффектов от реализации проекта (налоговые отчисления, рабочие места, «точки роста» в зоне притяжения и пр.). О технологических решениях для не технологов

Знать: что такое обоснование целесообразности реализации инфраструктурного проекта и какие компоненты должно включать в себя данное исследование.

Уметь: составить документ, обосновывающий целесообразность реализации инфраструктурного проекта для различных групп общественности, с учетом особенностей и требований органов власти и финансирующих организаций.

Тема 2. Особенности создания сайта инфраструктурного проекта или проектной компании (1,3 академ. час)

- Нужен ли сайт проектной компании и ее инфраструктурному проекту?
- Разумная открытость: какая информация должна быть на сайте, а какие данные лучше поберечь от всемирной сети?
- Можно ли сделать один сайт и для компании, и для проекта, или надо обязательно делать два?
- Значение коммуникации посредством сайта на разных этапах жизненного цикла проекта?
- Может ли сайт быть недорогим?

Знать: зачем инфраструктурному проекту необходим сайт и каков оптимальный состав информации, которая должна быть на нем представлена.

Уметь: подготавливать информацию об инфраструктурном проекте для размещения на посвященном ему сайте (или сайте реализующей его компании) с учетом различных этапов его реализации.

Тема 3. Секреты популярных новостей, как сформулировать информацию для прессы так, чтобы журналистам было понятно (0,9 академ. час)

- Что такое популярная новость об инфраструктурном проекте?
- Правила популярных новостей: время, заголовок, событие
- «Перевернутая пирамида» инфраструктурных новостей
- Шаблон уникального сообщения об инфраструктурном проекте

Знать: какие новости об инфраструктурном проекте могут быть интересны СМИ, что такое «перевернутая пирамида» инфраструктурной новости.

Уметь: использовать информационные поводы инфраструктурного проекта для эффективного взаимодействия со СМИ.

Тема 4. Специфика проведения роуд-шоу проектов ГЧП (0,9 академ. час)

- Планирование результатов проведения роуд-шоу
- Секреты и ноу-хау проведения роуд-шоу
- Форматы проведения, или кого приглашать на роуд-шоу

- Ожидания от роуд-шоу: что и в каком виде презентовать на мероприятии

Знать: что такое роуд-шоу, какие особенности подготовки подобного мероприятия стоит учитывать для его успешного проведения.

Уметь: организовать роуд-шоу для инфраструктурного проекта в случае такой необходимости.

Тема 5. Особенности организации и проведения общественных слушаний в офлайн и онлайн форматах (0,9 академ. час)

- Законодательная основа общественных и публичных слушаний. Какие темы обязательны для обсуждения на публичных слушаниях?
- Особенности организации общественных слушаний: лучшие и худшие практики. Как избежать балагана во время проведения публичных слушаний?
- Как проводить общественные слушания, чтобы их результаты не были оспорены?

Знать: что такое общественные слушания инфраструктурного проекта и что на них обсуждают.

Уметь: подготовиться к участию в общественных обсуждениях инфраструктурного проекта как в онлайн, так и в офлайн формате.

Тема 6. Подготовка публичного отчета о реализации проекта ГЧП: обязательное и рекомендованное содержание (0,7 академ. час)

- Ежегодный отчет как способ увеличения доверия стейкхолдеров к проекту и его участникам
- Отчет отчету – рознь: адаптация отчетов для целевых аудиторий проекта
- Из чего сделаны наши отчеты? Рекомендованная структура и содержание отчета
- Адаптация финансовой отчетности для публичного размещения
- Формат и подача отчета. Где и в каком виде размещаем отчет?

Знать: что такое публичный отчет инфраструктурного проекта, зачем он необходим и где его размещать.

Уметь: определять, для каких аудиторий необходим публичный отчет, что в нем должно содержаться, и представлять его в информационном пространстве.

Тема 7. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

11. Рабочая программа модуля «Кейс-стади информационного сопровождения»

Цель: ознакомление обучающихся с реальным опытом инициаторов инфраструктурных и ГЧП проектов в части информационного сопровождения таких проектов.

Задачи: усвоить нюансы информационной поддержки инфраструктурных проектов в разных субъектах РФ, запомнить, какие информационно-коммуникационные риски могут быть характерны для каждой стадии реализации проекта.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям изучить особенности информационного сопровождения концессионных и ГЧП проектов в таких отраслях экономики, как дорожное строительство, ЖКХ, информационные технологии, культура, а также ознакомиться с взглядом публичной стороны таких проектов на процесс управления информационно-коммуникационными рисками.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- насколько доступна информация об инфраструктурных проектах в различных сферах;
- какова специфика информационного сопровождения проектов в регионах России;
- должны ли быть зафиксированы информационно-коммуникационные риски проектов в концессионных соглашениях или соглашениях о ГЧП / МЧП;
- как распределяются информационно-коммуникационные риски с учётом стадии реализации проекта;

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость модуля составляет 6,9 академических часов (из них видеолекции — 4,9 часов, самостоятельная работа – 1 час, проверка знаний — 1 час).

№ п /п	Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
			Видеолекции	Самостоятельная работа	
7.	Кейс-стади информационного сопровождения	6,9	4,9	1	1

7.1	Особенности информационного сопровождения концессионных проектов Федерального дорожного агентства (Росавтодор)		0,5		
7.2	Особенности информационного сопровождения концессионных проектов в сфере обращения с ОКН		1		
7.3	Особенности информационного сопровождения проекта «Западный скоростной диаметр»		1,2		
7.4	Взгляд публичной стороны на информационно-коммуникационные риски проектов ГЧП. Опыт Новосибирской области		1,3		
7.5	Особенности информационного сопровождения инвестиционных проектов в отношении объектов водоснабжения и водоотведения		0,9		
7.6	Промежуточная аттестация				1

Тема 1. Особенности информационного сопровождения концессионных проектов Федерального дорожного агентства (Росавтодор) (0,5 академ. час)

- Принцип Парето в проектах ГЧП Росавтодора
- Примеры проектов, в том числе кейс Автоматизированной системы весогабаритного контроля
- Риски федерального уровня, в том числе на разных этапах проектов, и их покрытие
- Прессинг проектов
- Особенности GR и работы с первыми лицами государства
- Поддержка проектов от лиц, принимающих решения
- Интересы инвесторов
- Контроль этапов реализации проектов

Знать: в чём специфика информационной поддержки крупных проектов в сфере автодорожного строительства и с какими сложностями могут сталкиваться их инициаторы в процессе реализации таких проектов.

Уметь: учитывать опыт реализации проектов Федерального дорожного агентства (Росавтодор) в своей профессиональной деятельности.

Тема 2. Особенности информационного сопровождения концессионных проектов в сфере обращения с ОКН (1 академ. час)

- Обзор текущего состояния информационной открытости проектов в сфере ОКН
- Описание возможных информационно-коммуникационных рисков в сфере ОКН
- Распределение информационно-коммуникационных рисков в тексте действующих концессионных соглашений в сфере ОКН
- Специфика информационного сопровождения на разных стадиях жизненного цикла проекта ГЧП в сфере ОКН

Знать: в чём специфика информационной поддержки проектов в сфере обращения с объектами культурного наследия и каковы возможные информационно-коммуникационные риски в этой области.

Уметь: учитывать опыт реализации проектов в сфере обращения с объектами культурного наследия в своей профессиональной деятельности.

Тема 3. Особенности информационного сопровождения проекта «Западный скоростной диаметр» (1,2 академ. час)

- План А. Определение стейкхолдеров проекта, идентификация коммуникационных рисков и PR-возможностей и другие действия на пути к формированию эффективной стратегии
- «Осторожно двери закрываются...» – финансовое закрытие и другие ключевые события до начала строительства. Нужно ли их сопровождать? И куда?
- «Что Вы тут устроили?» – или переходим от аналитической части к практической реализации стратегии на этапе создания инфраструктурного проекта
- «Эксплуатировали – эксплуатировали...» – основные вызовы и возможности эксплуатационного этапа жизненного цикла проекта

Знать: в чём специфика информационной поддержки проектов по строительству платных трасс, с какими рисками и на каких стадиях реализации подобных проектов сталкиваются их инициаторы.

Уметь: учитывать опыт реализации проектов по строительству платных автомобильных дорог в своей профессиональной деятельности.

Тема 4. Взгляд публичной стороны на информационно-коммуникационные риски проектов ГЧП. Опыт Новосибирской области (1,3 академ. час)

- Распределение проектных рисков: по возможности или по справедливости?
- Работа с общественностью и СМИ: кто проводит и за чей счет?
- Инфраструктурные истории Новосибирской области: успехи, неудачи, уроки

Знать: какая из сторон инфраструктурного проекта должна осуществлять взаимодействие с населением и СМИ и на каких условиях.

Уметь: учитывать опыт реализации инфраструктурных проектов на территории Новосибирской области в своей профессиональной деятельности.

Тема 5. Особенности информационного сопровождения инвестиционных проектов в отношении объектов водоснабжения и водоотведения (0,9 академ. час)

- Факторы, определяющие публичный контекст концессионных и ГЧП-проектов
- Смысловые установки и их интерпретация в публичные материалы
- Инструменты информационного сопровождения
- Опыт, примеры, региональная специфика

Знать: в чём специфика информационной поддержки проектов в сфере водоснабжения и водоотведения.

Уметь: учитывать опыт реализации проектов в сфере водоснабжения и водоотведения в своей профессиональной деятельности.

Тема 6. Промежуточная аттестация (1 академ. час)

12. Рабочая программа модуля «Основы для руководителей проектов»

Цель: ознакомление обучающихся, занимающих руководящие должности в инфраструктурных и ГЧП проектах, с особенностями публичных выступлений и спецификой участия в интервью для телеканалов.

Задачи: усвоить аспекты подготовки к публичным выступлениям, в том числе на телевидении.

Место модуля в структуре программы

Модуль позволяет слушателям понять, как правильно подготовиться к публичному выступлению; что может навредить или даже испортить выступление и как грамотно взаимодействовать с журналистами.

Требования к результатам освоения модуля

В результате обучения в рамках модуля слушатели должны:

Знать:

- как составить текст для выступления;
- каковы особенности жестикуляции и позы во время интервью;
- как отвечать на различные типы вопросов интервьюера;

Уметь:

- использовать полученные знания в практической работе;
- владеть навыками профессионально и эффективно применять на практике приобретенные в процессе обучения знания и умения.

Структура и содержание модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 академических часа (из них видеолекции — 3 часа, самостоятельная работа – 1 час).

Наименование разделов и дисциплин	Всего часов	В том числе		Форма контроля
		Видеолекции	Самостоятельная работа	
Основы для руководителей проектов	4	3	1	
Секреты успешного публичного выступления и телеинтервью		3		

Тема 1. Секреты успешного публичного выступления и телеинтервью (3 академ. часа)

- 3 варианта подготовки текста для публичного выступления: полностью написанный текст, тезисный план, опорные слова
- Место-время-действие: в публичном выступлении, в телеинтервью
- «Всей своей позой». Как стоять, как сидеть, куда смотреть. Почему бегают глаза
- Как одним жестом перечеркнуть содержание выступления
- Техника безопасности при взаимодействии с журналистами
- Секреты интервьюера. Как журналисты заставляют человека сказать больше, чем он планировал
- Вопросы: коварные, острые, некорректные, сложные. Выиграть партию или потянуть время
- Тренинг интервью. Учимся слышать и отвечать
- Тренинг антиинтервью. Учимся говорить, но не отвечать

Знать: какие текстовые форматы можно использовать при подготовке к публичному интервью, какие жесты и позы допустимы в рамках выступлений, а каких лучше избегать, какие вопросы может задавать спикеру журналист или ведущий мероприятия.

Уметь: находясь в статусе руководителя инфраструктурного проекта, грамотно подготовиться к публичному выступлению.

13. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы аттестации

Формы аттестации по программе: промежуточная, итоговая.

Для проведения промежуточной и итоговой аттестации программы разработан фонд оценочных средств по программе, являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса.

Объектами оценивания выступают:

- степень освоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, активность на занятиях.

Промежуточная аттестация — оценка качества усвоения обучающимися содержания учебных блоков непосредственно по завершении их освоения, проводимая в **форме тестирования** в соответствии с учебным планом и учебно-тематическим планом.

Итоговая аттестация — процедура, проводимая с целью установления уровня знаний, обучающихся с учетом прогнозируемых результатов обучения и требований к результатам освоения образовательной программы. Итоговая аттестация обучающихся осуществляется в формате защиты выпускных проектов в письменной форме с приложением презентационных материалов.

Слушатель допускается к итоговой аттестации после изучения тем образовательной программы в объеме, предусмотренном Учебным планом программы.

Лицам, освоившим образовательную программу повышения квалификации «Управление коммуникациями в инфраструктурных проектах» и успешно прошедшим итоговую аттестацию, выдается **удостоверение о повышении квалификации** установленного образца с указанием названия программы, календарного периода обучения, длительности обучения в академических часах.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям программы созданы фонды оценочных средств, включающие тесты и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций.

Фонды оценочных средств соответствуют целям и задачам программы подготовки специалиста, учебному плану и обеспечивают оценку качества общепрофессиональных и профессиональных компетенций, приобретаемых обучающимся.

Критерии оценки обучающихся

Предмет оценивания (компетенции)	Объект оценивания (навыки)	Показатель оценки (знания, умения)
-------------------------------------	-------------------------------	---------------------------------------

<p>Специалист должен обладать общими компетенциями (ОК), включающими в себя способность:</p> <p>ОК-1 Выстраивать эффективные коммуникации между заинтересованными сторонами инфраструктурных и ГЧП проектов.</p> <p>ОК-2 Выбирать инструменты для маркетинговой «упаковки» проекта, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК-4 Использовать информацию, необходимую для успешного выполнения поставленных в рамках информационного сопровождения проекта задач, профессионального и личностного развития. Работать самостоятельно и в команде, взаимодействовать и вовлекать в развитие проекта действующих и / или будущих пользователей объекта / услуг.</p> <p>ОК-5 Ориентироваться в условиях</p>	<p>Специалист должен обладать профессиональными компетенциями (ПК), соответствующими основным видам профессиональной деятельности:</p> <p>ПК-1 способность квалифицированно изучать, толковать и применять на практике принципы управления информационно-коммуникационными рисками инфраструктурных и ГЧП проектов.</p> <p>ПК-2 готовность к выполнению должностных обязанностей по осуществлению деятельности в сфере информационного сопровождения инфраструктурных и ГЧП проектов: обеспечивать доступность информации; управлять информационно-коммуникационными рисками; способствовать эффективной коммуникациями между всеми сторонами проекта; при необходимости – вести переговоры и использовать наиболее подходящий для конкретной ситуации маркетинговый инструментарий.</p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Особенности обеспечения информационной открытости инфраструктурных и ГЧП проектов. • Особенности взаимодействия с различными сторонами инфраструктурных и ГЧП проектов. • Законодательная база для информационного сопровождения инфраструктурных и ГЧП проектов. • Проектная документация, которая может становиться публичной. • Информационно-коммуникационные риски инфраструктурных и ГЧП-проектов и способы их хеджирования. • Особенности подготовки юридической документации проекта для оперативного реагирования на наступление информационно-коммуникационных рисков. • Влияние информационно-коммуникационных рисков на финансирование проекта. • Особенности взаимодействия со сторонниками и противниками реализации проекта. • Особенности продвижения инфраструктурных и ГЧП проектов. • Роль обоснования целесообразности реализации проекта в его дальнейшем согласовании и продвижении. • Особенности проведения переговоров по проекту.
--	---	---

<p>информационной нестабильности в ходе осуществления профессиональной деятельности. ОК-6 Развивать навыки ведения переговоров.</p>	<p>ПК-3 способность использовать полученные знания в практической работе: систематизировать и анализировать данные, необходимые для управления информационно-коммуникационными рисками проекта.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Использование GR в качестве инструмента по урегулированию споров в рамках проектов. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Использовать полученные знания в практической работе.
---	---	---

Оценка качества освоения учебных модулей проводится в процессе **промежуточной аттестации в форме тестирований.**

Оценка	Критерии оценки
<p>Зачтено</p>	<p>Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу использует его, не допуская существенных неточностей в ответе на тестовые вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Оценка «Зачтено» выставляется слушателю, набравшему по результатам тестирования 70% и более правильных ответов</p>
<p>Не зачтено</p>	<p>Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические вопросы или не справляется с ними самостоятельно. Оценка «Не зачтено» выставляется слушателю, набравшему по результатам тестирования менее 70% правильных ответов</p>

Оценка качества освоения учебной программы проводится в процессе итоговой аттестации в формате защиты выпускных проектов в письменной форме с приложением презентационных материалов. Выпускные проекты заранее предоставляются обучающимся.

Фонд оценочных средств

Оценочные материалы

Промежуточная аттестация к Модулю 1

1. Какой нормативно-правовой акт регулирует реализацию концессионных проектов в Российской Федерации?

- 1) Конституция Российской Федерации
- 2) Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 13.07.2015 № 224-ФЗ
- 3) Федеральный закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 № 115-ФЗ
- 4) Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ
- 5) Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» от 07.05.1998 № 75-ФЗ

2. Какой нормативно-правовой акт не включает в себя вопросы обеспечения информационной открытости и доступности информации?

- 1) Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ
- 2) Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ
- 3) Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 02.05.2006 № 59-ФЗ
- 4) Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ
- 5) Федеральный закон «О полиции» от 07.02.2011 № 3-ФЗ

3. Исключите лишнюю фазу жизненного цикла проекта ГЧП

- 1) Инициирование и разработка проекта
- 2) Принятие решения о реализации проекта
- 3) Размещение рекламных объявлений о проекте
- 4) Коммерческое и финансовое закрытие проекта
- 5) Согласование и оценка проекта

4. Какой функциональный компонент не входит в контур Единого окна цифровой обратной связи на базе федеральной государственной информационной системы «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»?

- 1) Обработка сообщений и обращений
- 2) Обработка сообщений из открытых источников (инцидент менеджмент)
- 3) Создание анимированных изображений сотрудников органов государственной власти и органов местного самоуправления
- 4) Голосования, опросы и обсуждения
- 5) Госпублики

5. Какой пункт является обязательным при раскрытии информации о проекте ГЧП?

- 1) День рождения руководителя проекта
- 2) Прямые и условные обязательства публичной стороны
- 3) Адрес размещения офиса проектной компании
- 4) Информация о доходах менеджмента проектной компании
- 5) Соотношение объёма частных и бюджетных инвестиций в проект

Промежуточная аттестация к Модулю 2

1. Что из перечисленного НЕ входит в план работы с информационно-коммуникационными рисками?

- 1) Составление чек-листа
- 2) Определение вероятности наступления
- 3) Определение стоимости последствий
- 4) Публикация в СМИ позиции инициаторов проекта
- 5) Мониторинг рисков

2. Исключите лишний источник информационно-коммуникационных рисков

- 1) Профсоюзы
- 2) Федеральные органы исполнительной власти
- 3) СМИ и блогеры
- 4) Контрольно-надзорные органы
- 5) Финансовые организации

3. Как называется рейтинг, который помогает инициаторам инфраструктурных проектов ориентироваться при работе с информационно-коммуникационными рисками?

- 1) Международный рейтинг доступности информации об инвестиционных проектах
- 2) Национальный рейтинг информационной открытости инфраструктурных проектов
- 3) Рейтинг публичности концессионных и ГЧП-проектов в России
- 4) Топ-20 информационно открытых проектов России
- 5) Информационная открытость государственно-частного партнёрства: самые публичные проекты России и стран СНГ

Промежуточная аттестация к Модулю 3

1. Укажите способ организации взаимодействия с депутатским корпусом, который НЕ является эффективным для успешного запуска и реализации инфраструктурного проекта.

- 1) Установление личного контакта

- 2) Установление контакта с помощниками депутатов
 - 3) Установление контакта с близкими родственниками депутатов
 - 4) Участие в общественных экспертных площадках
2. Какие виды контроля за заключением и реализацией концессионных соглашений существуют? Уберите лишний пункт.
- 1) Контроль за процедурами торгов
 - 2) Контроль за процедурой частной концессионной инициативы
 - 3) Контроль за процедурой подписания концессионного соглашения
 - 4) Контроль при изменении существенных условий концессионного соглашения
3. Если компания-инициатор инфраструктурного проекта не проводит работу с брендом работодателя, то она может столкнуться со следующими рисками (исключите неподходящий):
- 1) Доступность трудовых ресурсов
 - 2) Отсутствие интереса сотрудников к проекту
 - 3) Неэффективное управление проектом
 - 4) Негативные трудовые отношения во время эксплуатации проекта

Промежуточная аттестация к Модулю 4

1. Как публичная сторона обозначает свои инфраструктурные потребности? Уберите лишний пункт.
- 1) Документы стратегического планирования
 - 2) Инфраструктурный план субъекта РФ
 - 3) Проектные роуд-шоу
 - 4) Перечень объектов в концессию
 - 5) Консультации с главой субъекта РФ
2. АНО «Центр развития цифровой экономики и инфраструктуры» занимается (выберите верное утверждение):
- 1) Интеграцией продукции российских технологических компаний в социально значимые проекты
 - 2) Разработкой программного обеспечения для инфраструктурных проектов
 - 3) Цифровизацией экономики России
 - 4) Созданием технологий искусственного интеллекта для рынка ГЧП
 - 5) Решением экономических вопросов для ИТ-компаний
3. К заповедям продвижения крупного инфраструктурного проекта НЕ относится:
- 1) Не сдаваться при любых условиях
 - 2) Учиться на чужих ошибках
 - 3) Продавать по частям то, что не продается целиком
 - 4) Рассказывать публично даже о самых неудачных решениях в проекте

- 5) Быть в повестке, в том числе и при отсутствии событий
- 6) Находить везде сторонников

Промежуточная аттестация к Модулю 5

1. Среди заинтересованных во входе на территорию реализации будущего инфраструктурного проекта НЕТ:
 - 1) Девелоперских компаний
 - 2) Консалтинговых компаний
 - 3) Производителей технологических решений
 - 4) Финансово-банковских организаций
 - 5) Исследовательских институтов
 - 6) Поставщиков оборудования
 - 7) Страховых компаний
 - 8) Управляющих компаний НПФ
2. Оцените верность утверждения: «Возможность инвестировать в зеленые проекты и социально значимую деятельность является преимуществом ответственных облигаций для инвесторов».
 - 1) Верно
 - 2) Неверно
3. Каковы критерии успешного инфраструктурного проекта? Уберите лишний пункт.
 - 1) Актуальность
 - 2) Экономическая обоснованность
 - 3) Попадает в приоритеты развития страны и региона
 - 4) Является экологически и социально ответственным
 - 5) Решает ключевые задачи
 - 6) Его поддержит большая часть общественности
4. Что НЕ входит в меморандум о предложении в рамках процесса слияния и поглощения на рынке инфраструктурных и ГЧП-проектов?
 - 1) Пояснительная записка
 - 2) Описание компании
 - 3) Анализ рынка
 - 4) Маркетинговая стратегия
 - 5) Прогноз результатов работы
 - 6) Структура и условия сделки

Промежуточная аттестация к Модулю 6

1. Маркетинговое обоснование целесообразности реализации концессионного или ГЧП-проекта необходимо для:

- 1) Принятия и поддержки проекта со стороны населения, политических и экономических лидеров общественного мнения
 - 2) Получения необходимой доказательной документации для дальнейшего продвижения, согласования и старта реализации проекта
 - 3) Минимизации информационно-коммуникационных рисков
 - 4) Всего перечисленного
2. Оцените верность утверждения: «У инфраструктурного проекта и проектной компании должны быть отдельные сайты в качестве средств коммуникации с целевыми аудиториями».
- 1) Верно
 - 2) Неверно
3. Роуд-шоу проекта ГЧП – это...
- 1) Демонстрация дорожной карты проекта
 - 2) Деловая поездка, посвященная проекту
 - 3) Презентация проекта перед аудиторией потенциальных инвесторов
4. Общественные обсуждения проекта необходимы для:
- 1) Принятия и поддержки проекта со стороны населения, политических и экономических лидеров общественного мнения
 - 2) Получения итогового протокола для дальнейшего продвижения, согласования и старта реализации проекта
 - 3) Минимизации информационно-коммуникационных рисков
 - 4) Всего перечисленного
5. Аудиторией публичного отчета о проекте НЕ являются:
- 1) Пользователи объекта инфраструктуры
 - 2) Органы власти и контрольно-надзорные органы
 - 3) Страховые компании
 - 4) Акционеры и инвесторы проекта
 - 5) Сотрудники и соискатели компании-инициатора проекта
 - 6) СМИ и широкая общественность

Промежуточная аттестация к Модулю 7

1. Принцип Парето в проектах ГЧП в сфере автодорожного строительства – это...
 - 1) 20% усилий дают 80% результата
 - 2) 30% усилий дают 70% результата
 - 3) Только максимум усилий может привести к высоким результатам

2. Почему уровень доступности информации о проектах в сфере обращения с объектами культурного наследия, как правило, низкий?
 - 1) Общественные организации могут отрицательно отнестись к концепции проекта
 - 2) В СМИ могут выйти негативные публикации о проекте
 - 3) Велика вероятность общественных возмущений по поводу проекта
 - 4) Действия конкурентов могут поставить проект под удар
 - 5) Могут возникнуть административные препятствия для реализации проекта
 - 6) Все перечисленное

3. Оцените верность утверждения: «Публиковать полный текст концессионного соглашения или соглашения о ГЧП законодательно не требуется».
 - 1) Верно
 - 2) Неверно

Итоговая аттестация

Задание 1. Концессионный проект в отношении канатной транспортной системы

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении канатной транспортной системы. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта
6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Задание 2. Концессионный проект в отношении автомобильной дороги

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении автомобильной дороги. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта

6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Задание 3. Концессионный проект в отношении объектов теплоснабжения и горячего водоснабжения

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении объектов теплоснабжения и горячего водоснабжения. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта
6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Задание 4. Концессионный проект в отношении медицинского центра

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении медицинского центра. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта
6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Задание 5. Концессионный проект в отношении объектов уличного освещения

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении объектов уличного

освещения. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта
6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Задание 6. Концессионный проект в отношении объектов обработки и захоронения ТКО

Итоговая аттестация заключается в подготовке презентации стратегии информационного сопровождения проекта концессионного проекта в отношении объектов обработки и захоронения ТКО. В рамках подготовки презентации необходимо проработать следующие блоки проекта:

1. Идеология проекта
2. Информационно-коммуникационные риски проекта
3. Обоснование целесообразности реализации проекта
4. Защита бюджета проекта
5. Проведение роуд-шоу проекта
6. Проведение публичных слушаний проекта
7. Информационное сопровождение проекта

Обучающийся снабжается исходной информацией о проекте и шаблоном презентации для заполнения.

Дополнительные материалы

Каждый обучающийся в рамках прохождения программы повышения квалификации получает:

1. Рабочую тетрадь участников программы повышения квалификации «Управление коммуникациями в инфраструктурных проектах»
2. Шаблон презентации для подготовки дипломных проектов в рамках программы повышения квалификации «Управление коммуникациями в инфраструктурных проектах»
3. Материалы для самостоятельного изучения:
 1. Сборник модельных документов, методических и практических рекомендаций по развитию и применению механизмов публично-частного партнерства в государствах — участниках СНГ
 2. Проект Методики мониторинга и оценки информационных рисков владельцев концессионных облигаций (для негосударственных пенсионных фондов)
 3. Рейтинг устойчивости инфраструктурных проектов

4. Аналитическое исследование «Информационно-коммуникационные риски – слепая зона инфраструктурных проектов»
5. Стандарт вовлечения граждан в решение вопросов развития городской среды
6. Целевая модель по организации общественного участия, а также вовлечения бизнеса и граждан в реализацию проектов благоустройства городской среды
7. Национальный рейтинг информационной открытости инфраструктурных проектов
8. Обзор возможностей и особенностей инвестирования средств в сферу ГЧП

14. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса

Требования к образованию и обучению лица, занимающего должность преподавателя: высшее образование — специалитет или магистратура, направленность (профиль) которого, как правило, соответствует преподаваемой программе, модулю.

Дополнительное профессиональное образование на базе высшего образования (специалитета или магистратуры) — профессиональная переподготовка, направленность (профиль) которой соответствует преподаваемой программе, модулю.

Педагогические работники обязаны проходить в установленном законодательством Российской Федерации порядке обучение и проверку знаний и навыков в области управления коммуникациями и маркетинга.

Рекомендуется обучение по дополнительным профессиональным программам по профилю педагогической деятельности не реже, чем один раз в три года.

Требования к опыту практической работы: при несоответствии направленности (профиля) образования преподаваемой программе, модулю — опыт работы в области профессиональной деятельности, осваиваемой обучающимися или соответствующей преподаваемой программе, модулю.

Особые условия допуска к работе: отсутствие ограничений на занятие педагогической деятельностью, установленных законодательством Российской Федерации.

Прохождение в установленном законодательством Российской Федерации порядке аттестации на соответствие занимаемой должности.

Материально-техническое обеспечение

Рабочее место преподавателя оснащено следующим оборудованием:

1. Ноутбук со встроенной веб-камерой и гарнитурой Lenovo Ideapad 330-17AST
2. Наушники с микрофоном (гарнитура) SVEN AP-860MV, проводные, 2 м, соголовьем, черные.

Требования к информационным и учебно-методическим условиям

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 13.07.2015 № 224-ФЗ
3. Федеральный закон «О концессионных соглашениях» от 21.07.2005 № 115-ФЗ
4. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ
5. Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» от 07.05.1998 № 75-ФЗ
6. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ
7. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» от 09.02.2009 № 8-ФЗ
8. Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации» от 02.05.2006 № 59-ФЗ
9. Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ
10. Федеральный закон «О полиции» от 07.02.2011 № 3-ФЗ

Интернет-ресурсы

1. <http://consultant.ru>
2. <http://garant.ru>
3. <https://rosinfra.ru/>
4. <https://pppadvisor.ru/>
5. <https://sherpagroup.ru/>
6. <https://t.me/InfraClub>
7. <https://www.nifi.ru/ru/>

Основная литература

1. А.А. Аверин, Г.И. Алеева, Н.В. Андреев «Стратегия развития инфраструктуры массового спорта в России на федеральном уровне»
2. В. Герасимов, Р.Ромов, И. Слепцов «Интерфакс. Технология новостей»
3. А.В. Чечулин «Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес»
4. А.С. Еганян «Инвестиции в инфраструктуру: Деньги, проекты, интересы. ГЧП, концессии, проектное финансирование»
5. А.Б. Шатилов, А.С. Никитин «GR для эффективного бизнеса»
6. А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров «Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов»

Дополнительная литература

1. Э.Р. Йескомб «Принципы проектного финансирования»
2. Э.Р. Йескомб, Э. Фаркухарсон, «Государственно-частное партнерство в сфере инфраструктуры. Принципы финансирования и управления»
3. Д. Сазерленд «Scrum: Революционный метод управления проектами»
4. А. Чумиков, М. Бочаров «Управление коммуникациями»
5. А. Орлов «Введение в коммуникационный менеджмент»
6. И. Писарский «Коммуникации на раз-два-три»
7. К. Микаэль, Ч. Роман «Коммуникация. Кратко, ясно, просто»
8. А. Назайкин «Медиарилейшнз на 100% или искусство управления отношениями с прессой и социальными сетями»

15. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Генеральный директор ООО «Гиперион СГ» А. И. Щеглов