

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета \_\_\_\_\_

И.В. Цевелева

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью»**

Направление подготовки	<i>«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>«Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»</i>

Обеспечивающее подразделение
<i>Кафедра «История и культурология»</i>

Разработчик рабочей программы:

Разработчик рабочей программы:

Кандидат исторических наук

Семёнов А.Б

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

«История и культурология»

(наименование кафедры)

Ж. В. Петрунина

## 1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Задачи дисциплины	Овладение студентами базовым понятийным аппаратом современного бизнес- планирования в рекламе и связях с общественностью и изучение важнейших концепций и теорий. Развитие творческого и критического мышления. Формирование целостного представления о по бизнес- планированию в рекламе и связях с общественностью Развитие способности самостоятельно анализировать значимые проблемы бизнес- планирования в рекламе и связях с общественностью Формирование умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение профессиональных и мировоззренческих проблем. Совершенствование студентами речевой практики.
Основные разделы / темы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Бизнес-планирование в системе планирования деятельности организации в рекламе и связях с общественностью</li><li>2. Анализ внешней среды бизнес-проекта и разработка маркетингового плана в рекламе и связях с общественностью</li><li>3. Инвестиционный план и стратегия финансирования в рекламе и связях с общественностью</li><li>4. Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью</li></ol>

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>Профессиональные</b>		
ПК-1 Способен планировать, разрабатывать и осуществлять	ПК-1.1 Знает особенности, технологии и методы планирования, разработки и	Знать особенности, технологии и методы планирования, разработки и осуществления

<p>коммуникационные проекты, владеет отдельными методами их реализации</p>	<p>осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью          ПК-1.2 Умеет самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью          ПК-1.3 Владеет навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>	<p>проектов в области рекламы и связей с общественностью          Уметь самостоятельно использовать традиционные и новейшие методы и технологии разработки и осуществления проектов в области рекламы и связей с общественностью          Владеть навыками разработки и осуществления коммуникационных проектов и мероприятий</p>
--	---	---

### **3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части.

Место дисциплины (этап формирования компетенции) отражено в схеме формирования компетенций, представленной в документе *Оценочные материалы*, размещенном на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет* / *Образование* / *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* / *Оценочные материалы*.

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Обобщенная трудовая функция:

В Организация продвижения продукции СМИ.

ТД-1 Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ,

ТД-2 Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов,

НУ-5 Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

Дисциплина «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся умения аргументировать, самостоятельно мыслить; формирование системы осознанных знаний, ответственности за выполнение учебно- производственных заданий и т.д.

#### **4 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы**

##### **4.1 Структура и содержание дисциплины для очной формы обучения**

Дисциплина «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью» изучается на «3» курсе в «6» семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з. е., 144 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 24 ч., промежуточная аттестация в форме экзамена, самостоятельная работа обучающихся 61 ч.

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Пром. аттест.	
<b>Раздел 1. «Бизнес-планирование в системе планирования деятельности организации в рекламе и связях с общественностью»</b>				
<b>Тема 1. Понятие, цель, задачи, функции бизнес-планирования.</b> Место бизнес-планирования в системе планирования на предприятии. Отличительные особенности бизнес-планирования. Определение бизнес-плана и бизнес-проекта. Случаи разработки бизнес-плана. Пользователи бизнес-плана. Участники процесса бизнес-планирования. Виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Характеристика основных разделов бизнес-плана.	4	8	-	20
<b>Тема 2. Анализ внешней среды бизнес-проекта и разработка маркетингового плана в рекламе и связях с общественностью</b> Значение анализа внешней среды при разработке бизнес-плана. Определение рынка сбыта и его емкости. Порядок проведения маркетинговых исследований по бизнес-проекту. Источники маркетинговой информации, формирование информационной базы по проекту. Оценка состояния и перспектив развития рынка сбыта (отрасли).	4	8	-	20

<p>Сегментация рынка сбыта, определение целевого сегмента. Характеристика целевого потребителя: количественные и качественные параметры. Порядок анализа конкурентной среды. Выделение основных конкурентов, оценка основных показателей их деятельности, определение сильных и слабых сторон конкурентов и предприятия. Понятие плана маркетинга и его особенности. Обоснование маркетинговой стратегии. Формирование цели и задач маркетинга. Товарная политика. Порядок выбора и разработки товара, определение его конкурентных преимуществ. Обоснование канала сбыта товара. Критерии отбора посредников. Политика продвижения товара. Реклама. Средства стимулирования сбыта. Формирование благоприятного имиджа. Расчет бюджета расходов на маркетинг.</p>				
<p><b>Раздел 2. «Инвестиционный план и стратегия финансирования в рекламе и связях с общественностью»</b></p>				
<p><b>Тема 3. Понятие и особенности инвестиционного плана, цели разработки.</b>  Обоснование потребности в инвестиционных ресурсах на организацию бизнес-проекта. Определение источников финансирования. Выбор схемы финансирования проекта. Расчет стоимости инвестиционного капитала. Составление графика погашения займа. Статические и динамические методы анализа эффективности вложений в бизнес-проект. Расчет показателей оценки инвестиций.</p>	4	8	-	10
<p><b>Тема 4. Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью.</b>  Основные риски бизнес-проекта: понятие, виды, характерные черты. Система управления рисками: понятие, элементы, этапы формирования. Выделение зон (областей) рисков для проекта. Вероятность рисков событий. Объективная и субъективная вероятность. Порядок определения вероятности возникновения риска. Методы оценки рисков бизнес-проекта. Анализ чувствительности. Использование имитационного моделирования в оценке. Способы предотвращения рисков и нейтрализации их последствий.</p>	4*	8*	-	11
<b>Экзамен</b>			35	
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>16</b> в том числе в форме практической подготовки: 4	<b>32</b> в том числе в форме практической подготовки: 8	<b>35</b>	<b>61</b>

--	--	--	--	--



## **5 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обсуждаются и утверждаются на заседании кафедры. Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) хранится на кафедре - разработчике в бумажном или электронном виде, также фонды оценочных средств доступны студентам в личном кабинете – раздел учебно-методическое обеспечение.

## **6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **6.1 Основная и дополнительная литература**

Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы представлен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Рабочий учебный план / Реестр литературы.*

## 6.2 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

При освоении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

- Общие рекомендации по организации самостоятельной работы студентов - представлены на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Рабочий учебный план / Методические материалы*;

- Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине - доступны обучающимся в Личном кабинете.

### Основная литература

1. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование : монография / И. В. Петрученя, А. С. Буйневич. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-7638-4392-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819287> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Волков, А. С. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 81 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-369-01764-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1099263> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк [и др.] ; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. - ISBN 978-5-238-01812-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028698> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-394-03297-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091202> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

6. Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053378> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

### Дополнительная литература

1. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 254 с. - ISBN 978-5-7567-0576-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038970> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Синявский, Н. Г. Предпринимательские риски : монография / Н.Г. Синявский, В.А. Дадалко. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 177 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1019184. - ISBN 978-5-16-015172-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019184> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

## 6.3 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Каждому обучающемуся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным систе-

мам, с которыми у университета заключен договор.

Перечень рекомендуемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем представлен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Рабочий учебный план / Реестр ЭБС.*

Актуальная информация по заключенным на текущий учебный год договорам приведена на странице Научно-технической библиотеки (НТБ) на сайте университета <https://knastu.ru/page/3244>.

#### **6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

На странице НТБ - <https://knastu.ru/page/539> - можно воспользоваться интернет-ресурсами открытого доступа по укрупненной группе направлений и специальностей (УГНС):

- 39.00.00 Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью и социальная работа
- 42.00.00 СМИ и информационно-библиотечное дело.

- 1 Библиотека РГБ <https://www.rsl.ru/>
- 2 Библиотека ИНИОН <http://inion.ru/>
- 3 Президентская электронная библиотека. [www.prlib.ru](http://www.prlib.ru)
- 4 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>

### **7 Организационно-педагогические условия**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

#### **7.1 Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широ-

кого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

## **7.2 Занятия лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала

## **7.3 Занятия семинарского типа**

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

## **7.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

## **7.5 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

## **8 Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **8.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Состав программного обеспечения, необходимого для освоения дисциплины, приведен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет* / *Образование* / *42.03.01 Реклама и связи с общественностью* / *Рабочий учебный план* / *Реестр ПО*.

Актуальные на текущий учебный год реквизиты / условия использования программного обеспечения приведены на странице ИТ-управления на сайте университета: <https://knastu.ru/page/1928>.

## 8.2 Учебно-лабораторное оборудование

Перечень учебно-лабораторного оборудования приведен на сайте университета [www.knastu.ru](http://www.knastu.ru) / *Наш университет / Образование / 42.03.01 Реклама и связи с общественностью / Справка МТО* и включает учебные аудитории для проведения учебных занятий, помещения для самостоятельной работы, помещения для хранения оборудования и т.д.

## 8.3 Технические и электронные средства

### обучения Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

### Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

### Самостоятельная работа.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- зал электронной информации НТБ КнАГУ;
- компьютерные классы факультета.

## 9 Иные сведения

### Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и ре- флективные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования).

Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно- двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:
- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.