

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.2.7 Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью

*(код и наименование дисциплины по учебному плану)*

Направление подготовки  
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

*(бакалавр/магистр/специалист)*

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,  
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 3, 4

Семестр 6, 7, 8

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	288 / 8	часов/зачетных единиц
Лекции	6	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	10	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	16	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	236	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	8	семестр
Зачет	7	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

старший преподаватель	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	А.П. Хохлова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра социальных наук и технологий

(наименование кафедры)		
16.02.2024	протокол №	4
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-4.1. . Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<b>знания:</b> Знает разделы, принципы, типы, подходы к планированию и прогнозированию в РК и СО <b>умения:</b> Может взять на себя руководство процессом планирования и реализации рекламных мероприятий. <b>навыки:</b> Имеет навыки эффективного взаимодействия с со всеми участниками бизнес процессов, а также организации работы в рамках бизнес-плана.
2. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<b>знания:</b> Знает основные подходы к организации и проведению мероприятий для продвижения бизнеса <b>умения:</b> Способен организовать процесс организации специальных мероприятий для решения поставленных бизнес-задач <b>навыки:</b> Имеет навыки быстрого ориентирования во внештатных ситуациях в процессе организации мероприятия

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ПК-4), Теория и практика медиакоммуникаций (ПК-1)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-1), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-4)

## Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, деловая игра, информационные, классическая лекция

#### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Планирование в РК и СО</b>	<b>72</b>	ПК-4
Лекция. Планирование в коммерческой среде	2	
Практическое занятие. Определение сегмента рынка	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР Выполнение практических заданий. Анализ имеющихся бизнес планов. Основные направления планирование в бизнесе. Роль рекламы и СО при планировании коммерческих мероприятий.	68	
Иная контактная работа:	0	

##### 7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Особенности планирования проектов в области РК и СО</b>	<b>72</b>	ПК-4
Лекция. Особенности выполнения проектов в области РК	2	
Практическое занятие. Разработка и планирование этапов проектной деятельности в РК	2	
Практическое занятие. Виды стратегий	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР подходы к управлению персоналом. Поэтапное планирование мероприятий. Сроки реализации бизнес-идеи.	66	
Иная контактная работа: зачет	0	

##### 8 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Планирование в СО</b>	<b>108</b>	ПК-4
Лекция. Особенности проведения PR кампаний	2	
Практическое занятие. Создание информационного повода	2	
Практическое занятие. Проектирование имиджа	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР	
Выполнение практических заданий.	
Составляющие имиджа организации, личности.	
Нативные виды рекламы.	102
Иная контактная работа: консультации	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Бизнес-планирование в РК и СО рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине Бизнес-планирование в РК и СО, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

**Подготовка к занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Бизнес-планирование в РКи СО.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Бизнес-планирование в РКи СО, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Бизнес-планирование в РКи СО, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины Бизнес-планирование в РКи СО включает выполнение, контрольной работы, написание эссе, выполнения практических заданий и работ. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины Бизнес-планирование в РКи СО.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине Бизнес-планирование в РКи СО является зачет в седьмом семестре, экзамен в восьмом семестре.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		

1.	Маркетинг PR и рекламы [Текст] : [учеб. для студентов вузов по специальности 080111 "Маркетинг" / И. М. Синяева и др.] ; под ред. И. М. Синяевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 494, [1] с. ISBN 978-5-238-02194-2. Экземпляры: всего 10.	10
2.	Дармилова, Ж. Д. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Дармилова Ж. Д. 3-е изд., стер. Москва: Дашков и К, 2022. - 168 с. ISBN 978-5-394-03476-3.	<a href="https://e.lanbook.com/book/277265">https://e.lanbook.com/book/277265</a>
3.	Абаева, А. Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Абаева А. Л.,Алексунина В. А.,Гуриевой М. Т. Москва: Дашков и К, 2022. - 433 с. ISBN 978-5-394-04185-3.	<a href="https://e.lanbook.com/book/277322">https://e.lanbook.com/book/277322</a>

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

### 7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

#### Практическое задание №1

Разработать бренд товара или услуги (из представленного перечня)

1. Выбрать один из товаров и услуг:

1.1 Парикмахерская для животных

1.2 Салон покраски автомобилей

1.3 Курсы иностранных языков для взрослых

1.4 Творческие наборы для детей.

1.5 Покрытие для пола.

1.6 Аксессуары для телефона.

1.7 Курсы ИДПО.

2. Перечислить все элементы бренда и создать концепцию для каждого для выбранного продукта.
3. Перечислить каналы продвижения.

#### Практическая работа №2

1. Взять любую компанию которая проводила ребрендинг за последние 3 года и проанализировать его эффективность.

Критерии:

- 1.1 Визуальные изменения.
- 1.2 Цель и задачи изменений.
- 1.3 Бюджет ребрендинга.
- 1.4 Отзывы потребителей продуктов и услуг компании.

#### Практическая работа № 3

Разработка регионального бренда.

1. Выбрать любой регион РФ (кроме РМЭ)
2. Проанализировать имеющиеся тактики продвижения региона в ИС
3. Сделать анализ основных возможностей региона.
4. Создать рекламные мероприятия для привлечения и развития внутреннего туризма.

#### Практическая работа № 4

1. Анализ разделов бизнес-плана.

#### Практическая работа № 5

1. Написание аннотации к бизнес-плану, по выбранной организации.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации  
Вопросы к зачету.

1. Бизнес как объект планирования.
2. Назначение бизнес-плана организации.
3. Общая характеристика бизнес-плана.



4. Состав и структура разделов бизнес-плана.
5. Цели и планы в бизнесе организации.
6. Этапы и сущность планирования бизнеса.
7. Виды внутрифирменного планирования.
8. Бизнес-проект как инновационный замысел.
9. Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы).
10. Особенности бизнес- планирования как формы реализации экономической политики компании.
11. Организация системы бизнес- планирования
12. Информационные технологии в системе планирования бизнеса.
13. Функции бизнес-плана при управлении бизнесом.
14. Ключевые компоненты типового бизнес-плана.
15. Анализ внешней и внутренней бизнес- среды (методы).
16. Характеристика разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.
17. Резюме.
18. Описание отрасли.
19. Характеристика объекта бизнеса организации. .
20. Информационное обеспечение бизнес-плана.
21. Требования к разработке бизнес-плана
22. Правила оформления бизнес-плана.
23. Анализ положения дел в отрасли, методика и основные параметры.
24. Анализ целевого рынка; емкость рынка, оценка тенденций развития.
25. Анализ конкуренции, конкурентное преимущество фирмы.
26. Маркетинговый план, его основные положения. Стратегии маркетинга.
27. Выбор каналов распределения товаров.

Вопросы к экзамену.

1. Бизнес как объект планирования.
2. Назначение бизнес-плана организации.

3. Общая характеристика бизнес-плана.
4. Состав и структура разделов бизнес-плана.
5. Цели и планы в бизнесе организации.
6. Этапы и сущность планирования бизнеса.
7. Виды внутрифирменного планирования.
8. Бизнес-проект как инновационный замысел.
9. Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы).
10. Особенности бизнес- планирования как формы реализации экономической политики компании.
11. Организация системы бизнес- планирования
12. Информационные технологии в системе планирования бизнеса.
13. Функции бизнес-плана при управлении бизнесом.
14. Ключевые компоненты типового бизнес-плана.
15. Анализ внешней и внутренней бизнес- среды (методы).
16. Характеристика разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.
17. Резюме.
18. Описание отрасли.
19. Характеристика объекта бизнеса организации. .
20. Информационное обеспечение бизнес-плана.
21. Требования к разработке бизнес-плана
22. Правила оформления бизнес-плана.
23. Анализ положения дел в отрасли, методика и основные параметры.
24. Анализ целевого рынка; емкость рынка, оценка тенденций развития.
25. Анализ конкуренции, конкурентное преимущество фирмы.
26. Маркетинговый план, его основные положения. Стратегии маркетинга.
27. Выбор каналов распределения товаров.
28. Сегментирование рынка, ее сущность; стратегия сегментации целевого рынка.

29. Позиционирование товара фирмы.
30. Операционный план. Производство, его основные элементы.
31. Структура производственного процесса, характеристика основных элементов.
32. Длительность производственного цикла..
33. Организационный план, его сущность, основные задачи и содержание.
34. Организационная структура фирмы, содержание основные элементов.
35. Виды и характеристика организационных структур управления фирмы.
36. Классификация организационных структур, их характеристики.
37. Финансовый план, его структура и характеристика.
38. Стратегическое и инвестиционное планирование. Стратегические цели организации.
39. Инвестиционный план (проект).
40. Технологические циклы развития, их характеристика и особенности.
41. Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования.
42. Производственная система и ее основные ресурсы.

1.

ФГБОУ ВО "ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №0

по дисциплине "Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью"

1. Корпоративная идентификация и фирменный стиль.
2. Организация работы пресс-секретарей и пресс-служб.
3. Сформулируйте медиаплан рекламных мероприятий для туристической компании компании.

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023

К.Э. Бурнашев