

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.1.38 «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с**  
**общественностью»**

Направление подготовки – 42.03.01 *«Реклама и связи с общественностью»*

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения – *очная, заочная*

Пенза, 2016

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» являются обучить студентов теоретическим основам проектной деятельности, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах бизнес-планирования рекламной и PR-деятельности, технико-экономического обоснования инвестиций и оценки эффективности инвестиционных затрат в проект.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина Б1.1.38 «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.31), «Экономика» (Б1.1.5), «Бухучет в сфере рекламы и PR» (Б1.1.25), «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.28), «Рекламный маркетинг» (Б1.1.39), «Медиапланирование» (Б1.1.33), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30), «Теория организации и организационное поведение» (Б1.1.41), «Тайм-менеджмент» (Б1.2.5), «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» (Б1.1.19).

Компетенции приобретенные в ходе изучения «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» готовят студента к успешному прохождению практик по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности и преддипломной практики, подготовке выпускной квалификационной работы.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	<b>Знать:</b> теоретические основы процесса планирования инвестиционной деятельности (терминологию, классификацию инвестиционных проектов, фазы инвестиционного проекта, схему планирования инвестиционной деятельности)
		<b>Уметь:</b> разрабатывать и оценивать перспективы инвестиционных проектов; выявлять необходимость и преимущества применения бизнес-планирования в деятельности предприятий;
		<b>Владеть:</b> навыками обработки и анализа получаемой информации по перспективам развития организации

ПК-4	<p>владением навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)</p>	<p><b>Знать:</b> сущность бизнес-планирования, его роль на предприятии и области применения; особенности составления бизнес-планов в рекламе и СО; структуру и функции бизнес-плана; этапы бизнес – планирования; требования к разработке бизнес-плана; содержание разделов бизнес-плана.</p> <p><b>Уметь:</b> самостоятельно осуществлять сбор необходимой информации и составлять на ее основе технико-экономическое обоснование инвестиционных решений; объяснить взаимосвязь основных разделов бизнес-плана.</p> <p><b>Владеть:</b> широким спектром методов по сбору информации, ее обработки и презентации для обоснования инвестиционных решений в сфере рекламы и СО</p>
ПК-5	<p>способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации</p>	<p><b>Знать:</b> основные методы оценки эффективности инвестиционных проектов,</p> <p><b>Уметь:</b> применять специальные показатели для оценки эффективности принимаемых решений</p> <p><b>Владеть:</b> навыками обоснования схемы расчетов для экономической оценки проектов в рекламе и СО</p>

#### 4. Структура и содержание дисциплины «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью»

##### 4.1. Структура дисциплины

##### Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка рефератов, заданий	Защита лабораторных работ	Проверка тестов	Проверка курсовой работы (проекта)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к ауд. занятиям	Рефераты, сообщения, задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к тестированию				
1	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования	7	1	4	2		2	2	2						1	
2	Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия	7	2-5	12	4		8	14	8	2	4		4	5		
3	Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана.	7	6-12	20	6		14	20	12		6	2		8, 12	10	
4	Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана.	7	13-14	6	2		4	8	4	2	2			14		
5	Тема №5. Управление рекламным проектом.	7	15-18	12	4		8	10	4	4	2		15	17		17
	<i>Подготовка к зачету</i>															
	Общая трудоемкость, в часах			54	18		36	54	30	8	14		Промежуточная аттестация			
													форма		семестр	
													зачет		7	

### Зочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр учебного семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)		
			Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка рефератов, задани й	Защита лабораторных работ	Проверка курсовой работы (проекта)
			Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Самостоятельно изученная тематика	Рефераты, задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к зачету			
1	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования	8	2	1		1	4	4						
2	Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия	8	3	1		2	25	19	2	4		+	+	
3	Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана.	8	8	2		6	30	24		6			+	
4	Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана.	8	2	1		1	12	8	2	2			+	
5	Тема №5. Управление рекламным проектом.	8	3	1		2	19	13	4	2		+	+	+
	<i>Подготовка к зачету</i>													
	Общая трудоемкость, в часах		18	6		12	90	68	8	14		Промежуточная аттестация		
												форма	семестр	
												зачет	8	

## 4.2. Содержание дисциплины

### Тематика лекционного курса

#### Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-плана.

Сущность бизнес-планирования. Причины разработки бизнес-планов. Основная цель бизнес-планирования. Три ключевых вопроса бизнес-плана. Основные этапы бизнес-планирования. Контуры бизнес-плана. Этап бизнес-анализа. Цель бизнес-анализа. Этап оценки целей, предпосылок ресурсов. Период планирования. Миссия фирмы. Этап разработки бизнес-плана. Технология разработки. Когда нужен бизнес-план? Кто разрабатывает бизнес-план? Для каких целей используется бизнес-план? Бизнес-план для менеджеров, собственников, кредиторов. Составители бизнес-планов.

#### Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия.

Бизнес-план, технико-экономическое обоснование создания и функционирования рекламного предприятия. Планирование основных фондов рекламного предприятия. Обеспечение рекламного предприятия материально-техническими ресурсами. Оценка производственного потенциала рекламного бизнеса. Финансовое планирование. Выбор целевых групп. Определение номенклатуры работ и услуг рекламного предприятия. Установление цен на услуги и работы рекламного предприятия, разработка и утверждение прайс-листа. Анализ рисков. Формирование плана продаж. Транзакционные издержки в структуре себестоимости работ и услуг рекламного предприятия. Уровень заработной платы работников коммуникативной сферы. Расчет базовых окладов, надбавок и доплат. Организация непрерывности обучения и системы повышения квалификации сотрудников РА.

#### Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана.

Последовательность разработки бизнес-плана. Резюме бизнес-плана. Общая характеристика организации, отрасли, продукции. Анализ рынков сбыта и основных конкурентов. План маркетинга. План производства. Организационный план. Оценка рисков и страхование. Финансовый план.

#### Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана.

Презентация бизнес-плана потенциальным инвесторам. Содержание работ по реализации бизнес-плана. Стадии реализации бизнес-плана. Управление реализацией бизнес-плана.

#### Тема №5. Управление рекламным проектом.

Определение понятия рекламного проекта. Характеристики рекламного проекта. Управляемые параметры рекламного проекта. Управление разработкой и реализацией рекламного проекта. Система управления рекламным проектом. Организационные формы реализации проекта. Планирование рекламного проекта. Оценка параметров работ. Определение взаимосвязей между работами.

### План лабораторных работ

Лабораторная работа 1. Бизнес-анализ в различных сферах деятельности.

Лабораторная работа 2. Оценка производственного потенциала рекламного бизнеса.

Лабораторная работа 3. Резюме бизнес-плана. Описание идеи предлагаемого проекта.

Лабораторная работа 4. Анализ рынков сбыта и основных конкурентов.

Лабораторная работа 5. Составление плана маркетинга.

- Лабораторная работа 6. Формирование и анализ организационного плана.  
 Лабораторная работа 7. Составление и расчет показателей в финансовом плане.  
 Лабораторная работа 8. Планирование рекламного проекта, анализ и оценка рисков.

### 5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентностного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

1. Чтение лекций с использованием активных методов обучения (25% от общего количества занятий) и применением мультимедийных технологий: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция с разбором конкретных ситуаций.
2. Проведение лабораторных работ, в том числе в активных и интерактивных формах. К таким формам при изучении данного курса можно отнести:
  - решение кейсов и проблемных ситуаций;
  - выполнение лабораторных работ в группах;
  - дискуссия; - мозговой штурм.

#### 5.1 Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

### 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

#### Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Организация текущего контроля знаний студентов осуществляется следующими методами: выполнения домашних заданий, качественной оценки сообщений, докладов, защита лабораторных работ, выполнение курсовой работы, зачет.

#### 6.1 План самостоятельной работы студентов по дисциплине «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью»

Неделя	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Кол-во час сам.работы
1		3		4	2
1	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования	Подготовка к лабораторным работам.	Поиск и анализ существующих бизнес-планов по заданной тематике.	Интернет-источники. <a href="http://www.openbusiness.ru">http://www.openbusiness.ru</a> <a href="http://www.myshared.ru">http://www.myshared.ru</a>	2/4
1-5	Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия	Подготовка к лабораторным работам.	Анализ рекламного рынка и выбор целевых групп РА. Определение номенклатуры работ и услуг. Поиск прайс-листов РА региона. Подготовка	Интернет-источники. Список литературы [3,4].	14/25

			сообщений на темы: «Планирование интегрированных маркетинговых коммуникаций в целях создания собственного бренда рекламного агентства». «Уровень заработной платы работников коммуникативной сферы». «Организация непрерывности обучения и системы повышения квалификации сотрудников РА». Подготовка электронной презентации по выполненным лабораторным работам.		
6-12	Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана.	Подготовка к лабораторным работам.	Сбор информации о конкурентах на рынке. Описание услуг и цен компании. Оформление прайс-листа. Расчет бюджета плана маркетинга. Описание состава основных подразделений и связей между ними в организационном плане. Расчет показателей в финансовом плане предприятия.	Список литературы [1,2,4], Интернет-источники	<b>20/30</b>
13-14	Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана.	Подготовка к лабораторным работам.	Подготовка доклада и электронной презентации по выполненным лабораторным работам.	Интернет-источники. Список литературы [1,2,4].	<b>8/12</b>
15-18	Тема №5. Управление рекламным проектом.	Подготовка к лабораторным работам.	Составление рисков на основе анализа факторов внешней среды. Выработка системы антирисковых мероприятий Подготовка сообщений на темы: «Основы управления рисками рекламного проекта». «Факторы неопределенности в рекламном проекте». «Методы реагирования на риск в рекламной практике».	Интернет-источники. Список литературы [1,3].	<b>10/19</b>
<b>Всего</b>					<b>54 / 90 часов</b>

## 6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков



самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы.

Самостоятельная работа выступает в формах анализа и обобщения студентом прочитанного на лекциях учебного материала, подготовки к лабораторным занятиям, проработки вопросов и тем, подготовки докладов, рефератов, устных сообщений, подготовка к участию в научно-практических конференциях, выполнение творческих заданий, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, подбор и изучение литературных источников и др.

Самостоятельная работа проводится студентом в свободное от лекций и семинарских занятий время. В процессе самостоятельной работы закрепляются и совершенствуются умения и навыки студентов, более глубоко прорабатывается учебный материал, осмысливаются полученные на лекциях и семинарских занятиях знания. Самостоятельная работа является важным составным элементом будущей профессиональной деятельности студента.

Самостоятельная работа студентов в рамках данной дисциплины предусматривает следующие виды деятельности:

- подготовка к семинарским занятиям;
- чтение специальной научной литературы – монографий, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, в том числе размещенных на Интернет-сайтах;
- курсовая работа;
- подготовка к зачету.

#### **Методические рекомендации для подготовки сообщения.**

Структура устного сообщения: Структурными элементами сообщения являются: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, библиографический список. Содержание должно включать перечень основных структурных элементов сообщения. Во Введении четко формулируется цель выполнения сообщения и средства достижения ее, актуальность и социальную значимость темы. Основная часть – главный содержательный раздел, разбитый на подразделы и пункты в соответствии с составленным планом. Заключение содержит обобщающие выводы по теме и личные оценки автора. Библиографический список использованных источников должен содержать перечень источников, использованных при выполнении сообщения. Источники следует располагать по алфавиту. Порядок представления и защиты письменного сообщения: Завершенное письменное сообщение представляется студентом преподавателю в срок, определенный преподавателем. Преподаватель анализирует текст, формулирует вопросы по содержанию. Рекомендуемый план защиты доклада:

Название темы.

Краткое изложение наиболее интересной информации по теме.

Способы и результаты поиска информации для выполнения сообщения.

Анализ трудностей, с которыми встретились при выполнении работы.

Ваше личное отношение к выполненной работе.

#### **Методические указания по оформлению курсовой работы.**

*Требования к оформлению курсовой работы.*

Рекомендуемый объем курсовой работы от 25 до 40 страниц. В этом объеме учитываются титульный лист, содержание, введение, заключение и список литературы. Рекомендуемые объемы введения и заключения от 2 до 4 страниц. Приложения в указанный объем не входят.

К тексту курсовой работы предъявляются следующие требования: материалы представляются в формате MicrosoftWord, шрифт - TimesNewRoman, кегль - 14, межстрочный интервал – полуторный, поля стандартные. Оформление списка литературы

выполняется по ГОСТу 7.1-84 «Библиографическое описание документа». При необходимости делаются ссылки. Ссылки в тексте работы указываются в квадратных скобках: номер позиции списка и номер страницы (например: [9, с. 25]). Постраничные сноски не допускаются.

Заголовки «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «РАЗДЕЛ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатаются на новой странице прописными буквами без каких-либо выделений, подчеркиваний, в кавычки не заключаются. Точка в конце любого из указанных заголовков не ставится. Записываются наименования с абзацного отступа. Первая буква в наименовании раздела должна быть прописной, а остальные – строчные.

Наименование следующего за уже изложенным раздела (содержание, введение, раздел, заключение и т.д.) печатается на новой странице. Заголовки на новую страницу не выносятся и печатаются на той же странице, где помещено название раздела.

Заголовок не должен быть последней строкой на странице. Точка в конце заголовков разделов не ставится. Перенос слов в заголовках не допускается. Расстояние между последней строкой текста и последующим заголовком раздела должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Расстояние между наименованием раздела и подраздела должно равняться 1,5 межстрочному интервалу, а расстояние от всех заголовков до текста должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Все страницы курсовой работы (включая приложения) нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы. Первой страницей считается титульный лист, но на нем цифра «1» не ставится, а на следующей странице (СОДЕРЖАНИЕ) проставляется цифра «2» и т.д. Порядковый номер печатается в середине нижнего поля страницы не ниже 15 мм от нижнего среза бумаги.

В содержании работы обязательно указываются страницы, на которых помещен материал введения, каждого раздела, заключения, приложений.

Таблицы, рисунки, приложения в работе должны носить тематические названия. Каждое приложение начинается с новой страницы с указанием наверху посередине листа слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» (без кавычек). Если приложений несколько, то они обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, кроме букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

Отпечатанный текст отчета необходимо тщательно выверить. Сроки сдачи реферата устанавливаются преподавателем в соответствии с календарным планом.

*Структура курсовой работы включает в себя:*

- титульный лист;
- задание на курсовую работу;
- содержание по пунктам;
- введение (включая объект, предмет, цели и задачи работы);
- основную часть;
- заключение;
- список источников и литературы.
- протокол проверки работы в системе Антиплагиат.ВУЗ.
- приложение.

*Разделы бизнес-плана*

1. Резюме.
2. Идея (сущность) предлагаемого проекта.

Общие исходные данные и условия. Описание образца нового товара. Оценка опыта предпринимательской деятельности.

3. Оценка рынка сбыта.

Описание потребителей нового товара. Оценка конкурентов. Оценка собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов.

4. План маркетинга.  
Цели маркетинга. Стратегия маркетинга. Финансовое обеспечение плана маркетинга.
5. План производства.  
Изготовитель нового товара/услуги. Наличие и требуемые мощности производства. Материальные факторы производства. Описание производственного процесса.
6. Организационный план.  
Организационно-правовая форма собственности фирмы. Организационная структура фирмы. Распределение обязанностей. Сведения о партнерах. Описание внешней среды бизнеса. Трудовые ресурсы фирмы. Сведения о членах руководящего состава.
7. Финансовый план.  
План доходов и расходов. План денежных поступлений и выплат. Сводный баланс активов и пассивов фирмы. График достижения безубыточности. Стратегия финансирования (источники поступления средств и их использование). Оценка риска и страхование.
8. Приложения.

### 6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

#### *Контроль освоения компетенций*

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Проверка заданий.	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования. Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия. Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана. Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана. Тема №5. Управление рекламным проектом.	ПК-2  ПК-4  ПК-5
2	Проверка сообщений/докладов, рефератов.	Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия. Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана. Тема №5. Управление рекламным проектом.	ПК-2
3	Тестирование	Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана.	ПК-2  ПК-4  ПК-5
4	Защита лабораторных работ	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования.	ПК-2  ПК-4

		Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия. Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана. Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана. Тема №5. Управление рекламным проектом.	ПК-5
5	Защита курсовой работы	Тема 1. Цели, задачи и особенности составления бизнес-планирования. Тема 2. Планирование деятельности рекламного предприятия. Тема 3. Структура и содержание бизнес-плана. Тема 4. Организация процесса реализации бизнес-плана. Тема №5. Управление рекламным проектом.	ПК-2 ПК-4 ПК-5

#### **Примерные темы рефератов**

1. Инновационный проект: этапы функционирования и реализации.
2. Инновационно-инвестиционный процесс в переходной экономике России.
3. Управление инновационными процессами на предприятии.
4. Методы анализа наиболее типичных проблем управления проектом.
5. Управление развитием предприятия.
6. Формула развития бизнеса.
7. Неопределенность и риски будущего развития.
8. Необходимость применения экспертных оценок при сравнении инвестиционных проектов.
9. Техничко-экономические обоснования бизнес-плана.

#### **Демонстрационный вариант задания по разработке бизнес-плана** Входные данные:

*Рекламное агентство «Пинг Вин промоушен Групп» создается с целью предоставления своим Клиентам (заказчикам) профессиональной помощи в разработке, организации и проведении всевозможных рекламных акций в г. Пензе.*

Задания к проекту:

1. Провести анализ рынка на основе инструментов, рассмотренных на лекциях и практических занятиях.
2. Разработать маркетинговый план.
3. Разработать организационный план.
4. Разработать финансовый план и провести расчет инвестиций.
5. Проанализировать риски проекта, дать им характеристику и предложить мероприятия по снижению их влияния
6. Подготовить резюме проекта.

#### **Демонстрационный вариант промежуточного теста**

*В квадратных скобках выделены весовые коэффициенты каждого задания*

1. Рынок потребительских займов Пензы. Назовите тип и масштаб конкуренции [1]
  2. Сформулируйте цель проекта по открытию нового территориального подразделения строительной компании (доля на существующем рынке 45%, имеются точечные продажи на развиваемом рынке с выручкой 60 млн. руб.) [1]
  3. Сформулируйте рыночный сегмент предприятия по изготовлению фасадной плитки [1]
  4. Определите каналы сбыта и маркетинговые коммуникации (если последние нужны) предприятия по производству фасадной плитки [2]
  5. Рассчитайте годовой фонд оплаты труда для четырех горничных гостиницы (постоянная и переменная части зарплаты, доплаты, льготы, отчисления в ПФР-20% и ФСС-2% ). Установите показатели для выплаты премии. [2]
  6. Сформулируйте перечень затрат нового бизнеса «городские пассажирские перевозки» для определения объема инвестиций [1]
  7. Покажите механизм расчета цены товара по методу «себестоимость + прибыль» в цифрах для товара (изготовление и сбыт почтового конверта) [2]
  8. Характеристики стартапа: [3]
- Объем инвестиций 3 000 тыс. руб., из них заемные средства 2 000 тыс. руб. Ежегодная чистая прибыль 800 тыс. руб. Выручка 2 000 тыс. рублей Себестоимость 900 тыс. руб. Ставка дисконтирования -20% Период возврата инвестиций – 5 лет
- Рассчитать рентабельность собственного капитала. Рассчитать чистый дисконтированный доход (чистую приведенную стоимость).
- [Всего 13. 11-13 – 5, 8-10 – 4, 5-7 – 3, ниже 5 - 2]

### **Примерные вопросы для подготовки к зачету**

*Вопросы для проверки уровня обученности «Знать»:*

1. Понятие и цель, задачи бизнес-планирования.
2. Функции бизнес-планирования
3. Основные этапы бизнес-планирования.
4. Технология разработки бизнес-плана.
5. Бизнес-план, технико-экономическое обоснование создания и функционирования рекламного предприятия.
6. Разделы бизнес-плана.
7. Планирование основных фондов рекламного предприятия.
8. Транзакционные издержки в структуре себестоимости работ и услуг рекламного предприятия.
9. Организация непрерывности обучения и системы повышения квалификации сотрудников РА.
10. Резюме бизнес-плана. Общая характеристика организации, отрасли, продукции.
11. Презентация бизнес-плана потенциальным инвесторам.
12. Содержание работ по реализации бизнес-плана.
13. Стадии реализации бизнес-плана.
14. Управление реализацией бизнес-плана.
15. Понятие и характеристики рекламного проекта.
16. Система управления рекламным проектом.
17. Оценка параметров работ.

*Вопросы для проверки уровня обученности «Уметь»:*

1. Выделите особенности сбора и анализа информации при составлении бизнес-плана.
2. Особенности сохранения коммерческой тайны при разработке бизнес-плана.
3. Проведите оценку производственного потенциала рекламного бизнеса города.

4. Проведите анализ уровня заработной платы работников коммуникативной сферы.
5. Осуществите выбор целевых групп.
6. Определите номенклатуру работ и услуг рекламного агентства полного цикла.
7. Установление цен на услуги и работы рекламного предприятия.
8. Проанализируйте риски создания нового РА в небольшом городе с развитой инфраструктурой и поддержкой местных органов власти малого бизнеса.
9. Проведите анализ рынков сбыта РА, работающего на территории одного региона.
10. Проведите анализ основных конкурентов PR-агентства крупного города.
11. Выделите факторы, учитываемые при прогнозировании поведения конкурентов
12. Определите управляемые параметры рекламного проекта.
13. Определите организационные формы реализации рекламного проекта.
14. Опишите основные стадии планирования рекламного проекта.
15. Определите взаимосвязи между работами в рекламном проекте.

*Задания для проверки уровня обученности «Владеть»:*

1. Разработайте прайс-лист.
2. Сформируйте план продаж.
3. Рассчитайте базовый оклад, надбавки и доплаты сотрудникам.
4. Разработайте план маркетинга.
5. Разработайте план производства.
6. Разработайте организационный план.
7. Разработайте финансовый план.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### ***а) Основная литература***

1. Алиев, В. С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учеб. пос. [Электронный ресурс] / В.С. оглы Алиев, Д.В. Чистов - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 352 с.: 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (ВО: Бакалавр.). (п) ISBN 978-5-16-006431-4, 700 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=377350>
2. Бизнес-планирование: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - 296 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0270-1, 1000 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=360225>
3. Бизнес-планирование. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2013. — 118 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/69403>
4. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 448 с. - ISBN 978-5-394-02141-1. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415588>

### ***б) Дополнительная литература***

1. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 260 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004198-8, 500 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=437290>
2. Бухалков, М. И. Планирование на предприятии: Учебник [Электронный ресурс] / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 411 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-003931-2, 400 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=426964>

3. Гайнутдинов, Э.М. Бизнес-планирование. [Электронный ресурс] / Э.М. Гайнутдинов, Л.И. Поддерегина. — Электрон. дан. — Минск : "Высшая школа", 2011. — 207 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65174>

4. Хелдман, К. Профессиональное управление проектом [Электронный ресурс] / К. Хелдман ; пер. с англ. А. В. Шаврина. - 5-е изд. (эл.). - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. - 728 с.: ил. - (Проекты, программы, портфели). - ISBN 978-5-9963-1412-6. <http://znanium.com/bookread2.php?book=478298>

5. Чараева, М. В. Инвестиционное бизнес-планирование: Учебное пособие [Электронный ресурс] / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с.: ил.; 60x90 1/16 + ( Доп. мат. znanium.com). - (Бакалавриат). (п) ISBN 978-5-98281-370-1, 1000 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=429037>

6. Янковская, В. В. Планирование на предприятии: Учебник [Электронный ресурс] / В.В. Янковская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 425 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-004280-0, 700 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=367874>

7. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>

в) программное обеспечение  
Microsoft Office, Project Expert

#### Интернет-ресурсы:

Ведущий российский сайт бизнес-планов <http://www.openbusiness.ru> ВИЗПЛАН:

Мастерская бизнес-планов <http://www.myshared.ru> Бизнес-планирование: курс интернет-университета информационных технологий

[http://www.intuit.ru/department/itmngt/bp\\_mum/](http://www.intuit.ru/department/itmngt/bp_mum/)

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

В учебном процессе для освоения дисциплины «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» необходимо:

1. Учебные аудитории для проведения лекционных занятий, практических, лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории.

2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационную образовательную среду организации.

Рабочая программа дисциплины «Основы проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программу составили:  
к.э.н., доцент  
Старший преподаватель

 Е.С.Егорова  
 О.Г.Дятлова

**Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.**

Программа одобрена на заседании кафедры «ФСК»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой  
д. филос. н., доцент



Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «06» сентября 2016 года

Председатель методической комиссии  
Юридического факультета  
д. ю.н., проф.



Г.Б. Романовский



**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год  
и регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных
2017-2018	№ 1 от 31.08.17 <i>Возл</i>	нет изменений	—	—	—
2018-2019	пр. № 1 от 3.09.18 <i>Возл</i>	измененный нет	—	—	—
2019-20	Пр. № 1 от 2.09.19 <i>Возл</i>	изменен список литературы	14	—	—

На основании приказа ректора № 929/0 от 30.08.2019г. Юридический факультет переименован в Юридический институт.