

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ

_____ Т. В. Поштарева

«15» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Бизнес-планирование в рекламной и пиар деятельности»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки - 2025

Разработана

канд. эконом. наук, доцент,

доцент кафедры СГД

_____ Г.В. Бондаренко

Согласована

Заведующий кафедрой СГД

_____ Е.В. Смирнова

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «15» мая 2025 г.

протокол № 12

_____ Е.В. Смирнова

Одобрена

на заседании учебно-методической

комиссии СПФ

от «15» мая 2025 г.

протокол № 10

Председатель УМК

_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2025 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	4
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	8
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	15
8.1. Основная литература	15
8.2. Дополнительная литература	15
8.3. Программное обеспечение	15
8.4. Профессиональные базы данных	15
8.5 Информационные справочные системы	15
8.6 Интернет-ресурсы	16
8.7 Методические указания по освоению дисциплины	16
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	20
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	20
Дополнения и изменения к рабочей программе	22

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Бизнес-планирование в рекламной и PR деятельности» являются: формирование у студентов необходимых компетенций в области бизнес-планирования в рекламной и пиар деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Бизнес-планирование в рекламной и PR деятельности» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 - «Дисциплины (модули)» (Б.1.В.11) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Экономика рекламных и PR-агентств	PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности
Основы рекламы и PR	Теория и практика средств массовой информации
	Инновации в рекламной деятельности
	Технологии производства рекламного продукта
	Маркетинг в рекламе и PR
	Профессионально-творческая практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Находит, интерпретирует, критически анализирует и синтезирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Знает сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации; обобщать результаты анализа для решения поставленных задач Владеет навыками поиска, анализа и обработки информации
	УК-1.2. Использует системный подход для решения поставленных задач	Знает сущность и принципы системного подхода Умеет анализировать задачу с использованием системного подхода Владеет навыками системного анализа для решения поставленных задач
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	Знает технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций Владеет навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	Знает специфику работы с агрегаторами новостей,

		электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации
--	--	---

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		5
Контактная работа (всего)	42,4	42,4
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20
из них	-	-
- лекции	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	20	20
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
Самостоятельная работа (всего) (СР)	101,4	101,4
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	75	75
Подготовка к аттестации	26,6	26,6
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		6
Контактная работа (всего)	10,4	10,4
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них	-	-
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них	-	-

- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	6	6
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,4	0,4
Самостоятельная работа (всего) (СР)	133,4	133,4
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	125	125
Подготовка к аттестации	8,6	8,6
Общий объем, час	144	144
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Теоретические основы бизнес-планирования на предприятии	Понятие бизнес-плана и его сущность. Бизнес-план как план развития предприятия. Бизнес-план как документ. Значение бизнес-планирования в хозяйственной деятельности предприятия. Цели и задачи бизнес-плана. Основные функции бизнес-плана. Виды бизнес-планов. Бизнес-план как основа стратегии учреждения и инвестиционной политики. Бизнес-план учреждения. Бизнес-план структурного подразделения организации; Бизнес-план проекта (инвестиционного проекта, заявка на грант; др.) Бизнес-план развития региона.
2.	Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности	Формы планирования и виды планов. Планы по масштабности целей. Планы по горизонту планирования. Планы по функциям (сферам) деятельности. Планы по содержанию. Планы по уровню управления. Планы по методам обоснования. Планы по стадиям разработки. Планы по степени точности. Планы по временной ориентации или типологии составления планов. Планы по степени охвата. Планы по объектам планирования.
3.	Исследование процесса бизнес-планирования	Сущность, свойства, виды и источники информации, методы поиска и критического анализа информации, принципы системного подхода. Модели процесса бизнес-планирования. Схема процесса бизнес-планирования. Сущность и элементы подготовительной стадии. Сущность и элементы стадии разработки бизнес-плана. Сущность и элементы стадии продвижения бизнес-плана. Сущность и элементы стадии реализации бизнес-плана. Организация информационного обеспечения бизнес-планирования на предприятии.
4.	Методические основания бизнес-планирования	Методика UNIDO. Основа методик бизнес-планирования. Основные методики бизнес-планирования. Методика, ориентированная на совершенствование товара / услуги. Методика, ориентированная на маркетинг и сбыт. Методика, ориентированная на анализ достижения поставленной цели. Методика, ориентированная на особенности хозяйствования российских предприятий. Методика, ориентированная на обобщенность финансовых показателей. Современное представление о методике бизнес-планирования. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в рекламе и PR.

5.	Базовая методика бизнес-планирования	Титульный лист сущность и составляющие. Резюме (краткая характеристика проекта). Описание предприятия и отрасли: цели и компоненты раздела. Описание предлагаемой продукции: сущность и компоненты. План маркетинга: схема распространения товаров, расходы на рекламу в СМИ, общая сумма расходов на рекламу, средства массовой коммуникации в рекламной деятельности. Особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. Производственный план: программа производства продукции, амортизационные отчисления, материальные затраты, затраты на производство продукции. Организационный план: оргструктура фирмы, план потребности в персонале и заработной плате, сводный план по труду и заработной плате, кадровая политика. Инвестиционный план: определение потребности в оборудовании, стоимость оборудования, инвестиционные издержки, стоимость основных фондов, распределение инвестиционных средств по объектам капиталовложений, расчёт суммы возврата кредитных средств, расчёт платежей по кредиту. Финансовый план: отчёт о прибылях и убытках, расчёт суммы налогов, относимых на финансовые результаты. Оценка риска: риски подготовительной и строительной стадий инвестиционного проекта, риски эксплуатационной стадии инвестиционного проекта.
6.	Оценка эффективности инвестиционного проекта: сущность и показатели.	Доходный подход в оценке коммерческой эффективности инвестиционных проектов - преимущества и недостатки. Метод капитализации дохода. Метод дисконтированных денежных потоков. Понятие и расчет свободного денежного потока (FCF). Выбор длительности прогнозного периода оценки эффективности инвестиционного проекта, оценка проекта в постпрогнозный период. Понятие временной стоимости денег и дисконтирования. Важность точной оценки ставки дисконтирования при проведении расчетов инвестиционного проекта. Понятие чистого дохода (NV) и чистого дисконтированного дохода (NPV). Внутренняя норма доходности (IRR). Период окупаемости (PB). Дисконтированный период окупаемости (DPB). Индекс прибыльности (PI). Выбор главного показателя для оценки эффективности инвестиций. Множественность IRR. Понятие модифицированной внутренней доходности (MIRR).

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Теоретические основы бизнес-планирования	10	2	-	2	-	12
2.	Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности	10	2	-	2	-	12
3.	Исследование процесса бизнес-планирования	14	4	-	4	-	12
4.	Методические основания бизнес-планирования	15	4	-	4	-	13
5.	Базовая методика бизнес-планирования	15	4	-	4	-	13
6.	Оценка эффективности инвестиционного проекта: сущность и показатели.	15	4	-	4	-	13
	Групповые консультации						
	Промежуточная аттестация (зачет)	0,5					
	Подготовка к аттестации	26,5					
Общий объем		144	20	-	20	-	75

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Теоретические основы бизнес-планирования	18	2	-	-	-	21

2.	Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности	18	-	-	2	-	21
3.	Исследование процесса бизнес-планирования	18	-	-	2	-	21
4.	Методические основания бизнес-планирования	16	-	-	-	-	21
5.	Базовая методика бизнес-планирования	18	-	-	2	-	21
6.	Оценка эффективности инвестиционного проекта: сущность и показатели.	16	2	-	-	-	20
	Промежуточная аттестация (зачет)	0,5					
	Подготовка к аттестации	8,5					
Общий объем		144	4	-	6	-	125

5.3. Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1.	1.	ПР	Теоретические основы бизнес-планирования	2
2.	2.	ПР	Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности	2
3.	3.	ПР	Исследование процесса бизнес-планирования	4
4.	4.	ПР	Методические основания бизнес-планирования	4
5.	5.	ПР	Базовая методика бизнес-планирования	4
6.	6.	ПР	Оценка эффективности инвестиционного проекта: сущность и показатели.	4
Общий объем				20

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	2.	ПР	Место бизнес-плана в управлении организацией/проектом и его особенности	2
2	3.	ПР	Исследование процесса бизнес-планирования	2
3	5.	ПР	Базовая методика бизнес-планирования	2
Общий объем				6

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *не предусмотрен*

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов
1-6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	75
1-6	Подготовка к аттестации	27

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Кол-во часов

1-6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	125
1-6	Подготовка к аттестации	8,5

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения).

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft PowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
2.	ПР	Практическое задание	2
4.	ПР	Практическое задание	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
2	ПР	Практическое задание	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов
2	ПР	Провести SWOT-анализ рекламной кампании (товар/услуга и цель рекламной кампании - на выбор обучающегося, например, стимулирование продаж, внедрение нового товара на рынок и т.п.)	2
5	ПР	Провести оценку психологической эффективности рекламной кампании (определение степени привлечения внимания покупателей к отдельным средствам рекламы, степень действенности рекламных публикаций в СМИ) с помощью метода наблюдения (кампания - на выбор обучающегося, например, ренейминг торговой марки, рекламная промо-акция новой коллекции одежды и т.д.)	2

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Перечень типовых тестовых заданий

Тест № 1 с обоснованием ответов

Вопрос 1: Планирование это – ...

1. Функция управления по определению будущих целей, пропорций и ресурсов функционирования организации.
2. Функция управления по определению будущих пропорций и ресурсов функционирования организации

3. Функция управления по определению будущих ресурсов функционирования организации, необходимых для достижения поставленных целей

Вопрос 2: Стратегический план это – ...

1. Долгосрочный план, предусматривающий набор перспективных целей, формирование миссии и стратегий деятельности организации

2. Перспективный план, предусматривающий формирование миссии, перспективных целей и набор альтернативных вариантов поведения (стратегий) организации на каждый из возможных вариантов развития её внешней среды.

3. План поведения организации в среде окружения. Разрабатывается, как правило, на год.

Вопрос 3: Бизнес – план – это...

1. Набор мероприятий, предусматривающий последовательность, сроки выполнения работ и исполнителей. Является частью перспективного плана.

2. Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости стратегических изменений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов.

3. Документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости отдельных стратегических изменений в бизнесе.

Вопрос 4: Предметом бизнес-планирования являются

1. Любой субъект предпринимательской среды: фирмы, банки, страховые и трастовые компании, инвестиционные структуры.

2. Отдельные стратегические изменения в бизнесе, представленные в виде инвестиционных и инновационных проектов.

3. Отдельные бизнес-единицы организации.

Вопрос 5: Место бизнес-плана в проектном цикле, согласно принципам системного подхода:

1. Бизнес-план формируется на инвестиционной стадии жизненного цикла проекта.

2. Бизнес - план разрабатывается на прединвестиционной стадии жизненного цикла проекта.

3. Бизнес - план используется на эксплуатационной стадии жизненного цикла проекта.

Вопрос 6: Место бизнес - плана в системе планов предприятия:

1. Бизнес-план является частью стратегического плана предприятия.

2. Бизнес - план входит в состав инновационных и инвестиционных планов предприятия.

3. Является тактическим текущим планом деятельности организации.

Вопрос 7: Основные цели бизнес - плана:

1. Обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов.

2. Детализация стратегических изменений, предусмотренных стратегическим планом предприятия.

3. Поиск партнеров по реализации проекта.

4. Поиск источников финансирования.

5. Календарное планирование работ.

Вопрос 8: Адресаты бизнес - плана это:

1. Собственники предприятия.

2. Менеджмент.

3. Потенциальные партнеры и инвесторы.

4. Кредиторы.

5. Весь персонал предприятия.

Вопрос 9: Стандартный бизнес-план содержит следующие разделы:

1. Резюме

2. Предприятие и отрасль

3. Оценка и прогнозирование рынка сбыта

4. План маркетинга

5. План материально-технического снабжения

6. Организационный план

7. Юридический план

8. Оценка риска и страхование

9. Финансовый план

10. Производственный план

11. План производства и реализации продукции

12. План по себестоимости, прибыли и рентабельности

Вопрос 10: Основные модули бизнес-обоснования проекта:

1. Маркетинговый

2. Ресурсный

3. Организационно - правовой

4. Административный
5. Информационный

Вопрос 11: Перечислите известные Вам компьютерные программы бизнес – планирования:

Вопрос 12: Основные этапы маркетингового обоснования проекта

1. Анализ общего положения предприятия, обоснование целей и вида деятельности
2. Оценка и прогнозирование рынка сбыта
3. Разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса
4. Организационное планирование
5. Оценка риска

Вопрос 13: Задачи стратегического маркетинга в бизнес - планировании

1. Анализ общего положения предприятия, обоснование выбора целей проекта, его места в системестратегических целях предприятия
2. Оценка и прогнозирование рынка сбыта выбранного товара
3. Разработка маркетинговых стратегий
4. Разработка производственных стратегий
5. Разработкафинансовыхстратегий

Вопрос 14: Цель анализа общего положения предприятия согласно критического анализа информации

1. Обоснование будущих направлений и стратегических изменений в бизнесе, стратегических целей предприятия, целей проекта, его места в системе целей предприятия
2. Выявление сильных и слабыхсторонорганизации
3. Повышение технического уровня производства
4. Завоевание большей доли рынка
5. Дистрибуция

Вопрос 15: Методы анализа общего положения предприятия для сегментирования рынка

1. Модель конкурентных сил М. Портера
2. Нормативный
3. Балансовый
4. Эвристические методы
5. Методы математической статистики
6. Метод БКГ
7. Матричные модели

Вопрос 16: Общие ключевые направления анализа общего положения предприятия

1. Сильные и слабые стороны предприятия
2. Возможности и угрозы со стороны внешней среды
3. Рынок сбыта
4. Продвижение
5. Стратегия конкурента

Вопрос 17: Что такое срок окупаемости проекта

1. Это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя
2. Это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту
3. Это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции

Вопрос 18: Главная цель оценки и прогнозирования рынка сбыта

1. Сегментация рынка
2. Выявление факторов конкуренции
3. Достоверная оценка объема продаж
4. Определение потенциальной емкости рынка
5. Прогнозирование рыночной конъюнктуры

Вопрос 19: Емкость рынка – это...

1. Суммарный объем товаров, который может быть предложен продавцами
2. Суммарный объем покупок, которые могут быть совершены покупателями данного товара за определенный период времени при определенных условиях
3. Суммарная стоимость товаров, предложенная производителями в единицу времени

Вопрос 20: Методы оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов и прогнозирования объема продаж

1. Методы статистического моделирования
2. Морфологические методы
3. Расчет по коэффициентам эластичности
4. Экспертные оценки

5. Расчет по нормам потребления

Вопрос 21: Объективные факторы, влияющие на выбор методов оценки и прогнозирования объема продаж

1. Стадия разработки бизнес - плана
2. Тип проекта
3. Условия реализации проекта
4. Сложившаяся практика

Вопрос 22: Сколько вариантов обычно имеет прогноз объема продаж?

1. Один
2. Два
3. Три

Вопрос 23: Информационная основа планирования маркетинговых стратегий и мероприятий

1. Результаты сравнительного конкурентного анализа 1%
2. Отчетные данные о работе предприятия
3. Интернет

Вопрос 24: Базовые стратегии обеспечения конкурентных преимуществ

1. Стратегия относительно цены на товар
2. Стратегия относительно качества товара
3. Стратегии относительно цены и качества товара
4. Стратегия продвижения
5. Производственная стратегия

Вопрос 25: План маркетинга в отношении реального исполнения товара включает

1. Стратегии и мероприятия по повышению качеств товара маркетинговыми средствами
2. Стратегии и мероприятия по обеспечению заявляемых качеств товара посредством конструктивно-технологических усовершенствований

3. Стратегии и мероприятия по сервисному обслуживанию покупателя
4. Работу с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами

Вопрос 26: Основные элементы планирования сбыта, разрабатываемые в бизнес-плане

1. Реклама
2. Выбор торговых посредников
3. Выбор средств транспортировки товара
4. Разработка торговой марки
5. Коммерческая логистика

Вопрос 27: Основные статьи затрат плана маркетинга

1. Затраты на создание отдела маркетинга
2. Затраты на продвижение
3. Затраты на сервис
4. Затраты на маркировку товара
5. Затраты на сбыт

Вопрос 28: Разделы бизнес -плана, посвященные планированию производственных ресурсов

1. План производства
2. План производства и реализации продукции
3. План разработки конструкции
4. Операционный план

Вопрос 29: В каких случаях производственное планирование заменяется операционным планированием

1. Когда объект планирования промышленно -производственная компания
2. Когда объект планирования - банк
3. Когда объект планирования - торговый бизнес

Вопрос 30: Основная цель организационного плана

1. Организация управления проектом
2. Организация производства и реализации продукции
3. Организация разработки конструкции
4. Организация финансирования проекта

Вопрос 31: Нефинансовые критерии оценки приемлемости проекта

1. Уникальность идеи товарного предложения
2. Рентабельность отрасли
3. Опыт работы команды управления
4. Регалии ключевых персон проекта
5. Степень проработанности проектных решений

6. Индекс доходности
7. Условия инвестиционного соглашения
8. Экологические показатели деятельности

Тест № 2

Задание № 1 Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

Текст задания:

Бизнес-план - это:

- 1) совокупность нормативных документов, регламентирующих деятельность фирмы;
- 2) рабочий документ, представляющий собой общую стратегию деятельности фирмы на определенном рынке;
- 3) документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости стратегических изменений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов;
- 4) документ, предназначенный для детализации и обоснования приемлемости отдельных стратегических изменений в бизнесе.

Поле для ответа _____

Ключ к оцениванию: 2

Документ, в котором дается описание основных разделов развития организации на конкурентном рынке с учетом собственных и заемных финансовых источников, материальных и кадровых возможностей и предполагаемых рисков, возникающих предпринимательских проектов.

Задание № 2 Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильный ответ

Текст задания:

При планировании своей деятельности предприниматели, прежде всего, должны учитывать такие факторы, как _____ экономического развития, меняющиеся правила хозяйствования.

- 1) цикличность;
- 2) нестабильность;
- 3) непрерывность;
- 4) постоянство;
- 5) замедление.

Поле для ответа _____

Ключ к оцениванию: 2

Задание № 3 Задание закрытого типа с выбором нескольких верных ответов из предложенных

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст, выберите правильные ответы

Текст задания:

Применение стратегического планирования позволяет:

- 1) подготовиться к использованию благоприятных возможностей для развития бизнеса;
- 2) выяснить возникающие опасности и проблемы;
- 3) улучшить координацию действий в организации;
- 4) побудить менеджеров к реализации своих решений;
- 5) повысить заинтересованность работников в выполнении плановых заданий;
- 6) детализировать производственную программу.

Поле для ответа _____

Ключ к оцениванию: 1 2 3 4

Задание № 4 Задание закрытого типа на установление соответствия

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и установите соответствие

Текст задания:

Соотнесите виды стратегии с их группами.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Вид стратегии		Характеристика стратегии	
А	Наступательная стратегия	1	Используется в связи с необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады в экономике
Б	Оборонительная стратегия	2	Рассчитана на занятие лидирующего положения на рынке или в отрасли
В	Стратегия сокращения	3	Предполагает сохранение фирмой имеющейся рыночной

			доли и удержание своих позиций на рынке
Г	Производственная стратегия	4	Направлена на обновление продукции, технологий, форм и методов управления, чтобы обеспечить поддержание конкурентоспособности на рынке, а также на распространение и приспособление уже созданного продукта в других сферах и отраслях
Д	Инновационная стратегия	5	Направлена на расширение производственных возможностей и рост конкурентоспособности

Поле для ответа

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Ключ к оцениванию

А	Б	В	Г	Д
2	3	1	5	4

Задание № 5 Задание открытого типа с развернутым ответом

Инструкция по выполнению задания: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Текст задания:

Перечислите известные Вам компьютерные программы бизнес- планирования

Поле для ответа

Ключ к оцениванию:

Project Expert, MarketExpert.pro, PlanBusiness Pro, E-Planificator, BPE24. Это основные компьютерные программы для самостоятельного бизнес-планирования.

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

7.2Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

При разработке бизнес-планов необходимо соблюдать основные принципы планирования, которые создают предпосылки для успешной деятельности предприятия в конкретной экономической среде, соблюдать методы поиска и критического анализа информации. Заполните таблицу «Основные принципы планирования»:

№ п/п	Принципы планирования	Содержание
1.	Необходимость	
2.	Непрерывность	
3.	Эластичность и гибкость	
4.	Единство и полнота (системность)	
5.	Точность и детализация	
6.	Экономичность	
7.	Оптимальность	
8.	Участие персонала	
9.	Социальная ориентация	
10.	Стабильность	
11.	Вариативность	

Задание 2.

Сделайте наброски бизнес-плана, используя технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов, по следующим пунктам:

Структура бизнес-плана предприятия включает в себя следующие разделы.

1. Резюме: Краткое содержание.
2. Отрасль, предприятие и его бизнес: Общее описание компании. Анализ отрасли. Продукция, работы, услуги.
3. Анализ рынка: Общее описание рынка и его целевых сегментов. Анализ конкурентов.
4. План маркетинга: Стратегия маркетинга. Ценообразование. Продвижение и сбыт.
5. Производственный план: Производственный процесс и его обеспечение. Описание местоположения фирмы

(производства).

6. Организационный план: Организационная структура управления. Кадровая политика и развитие персонала.

7. Риски и страхование: Анализ рисков. Страхование рисков.

8. Финансовый план: План прибылей и убытков. План движения денежных средств. Балансовый план.

Задание 3.

Проанализируйте текущее состояние дел в отрасли рекламы и возможные тенденции развития компании в перспективе. Примените системный подход для решения поставленной задачи. Перечислите основные шаги проведения процесса анализа отрасли. На чем необходимо акцентировать внимание при описании продукции, работ, услуг?

Задание 4.

Проанализируйте специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. Опишите конкурентов рекламной компании на Ваш выбор.

Ключевые вопросы	Комментарии
<i>Кто ваши конкуренты?</i>	
<i>Каковы их основные продукты (услуги)?</i>	
<i>На каких рынках они работают?</i>	
<i>Каков объём продаж их продукции (за прошедший год)?</i>	
<i>Каковы наиболее сильные и слабые стороны конкурентов?</i>	
<i>Каков прогноз развития конкуренции в будущем?</i>	

Задание 5.

По каким критериям можно судить об эффективности проведенного сегментирования рынка? Назовите основные методы сегментирования рынка, укажите их преимущества и недостатки. Охарактеризуйте основные показатели конкурентных преимуществ и слабостей. С какой целью проводится анализ деятельности конкурентов? Сформулируйте выводы по результатам анализа информации.

Задание 6.

Новые предприятия нередко терпят финансовый крах, даже если их деятельность прибыльна. Объясните возможные причины подобных ситуаций. Всегда ли получение значительной прибыли означает увеличение денежных средств предприятия? Объясните почему.

Задание 7.

Разработайте коммуникационные стратегии в рекламной и пиар деятельности (на любом примере).

Задание 8.

Дайте характеристику тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации.

Задание 9.

В Российской Федерации и на международных инвестиционно-финансовых рынках выработаны определённые стандарты и методики подготовки бизнес-планов, технико-экономических обоснований. Сравните различные требования (стандарты и методики) к составлению бизнес плана (список прилагается). Составьте инфографику.

Список:

Общепринятые стандарты в РФ

Стандарт Правительства Российской Федерации

Стандарт Федерального Фонда поддержки малого предпринимательства

Стандарт Правительства Москвы №576-ПП

UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)

Стандарт ПАО «Россельхозбанк»

Стандарт TACIS

Стандарт для свободных экономических зон

Методика ЕБРР

Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling)

Методика KPMG

Задание 10.

Проанализируйте деятельность рекламного агентства, опираясь на его сайт (любого на ваш выбор).

1. Опираясь на знания в области системы планирования, предположите какие виды планов в организации могут быть использованы числа основных классификационных признаков. Обоснуйте почему.

2. Какие факторы повлияли на выбор формы планирования в анализируемой организации? Обоснуйте почему.

3. Какой вид внутрифирменного планирования в анализируемой организации наиболее предпочтителен? Обоснуйте

почему.

Задание 11.

Составьте подробный план PR-программы для предложенной ситуации.

Справочная информация

Вы работаете в PR-отделе структурного подразделения ООО «Овощевод». Ваша задача – способствовать активным продажам овощей местного производства. PR-мероприятия запланированы на декабрь, когда заканчиваются традиционные ярмарки-базары для населения города. Задача – привлечь внимание жителей к хорошему качеству овощей местного производства и стимулировать их покупать продукцию «Овощевода», а не зарубежные продукты. Представьте варианты, предложенные вами для обсуждения.

Задание 12

В городе открылся новый магазин «А» по продаже обуви для пожилых людей, где они могут купить качественную и удобную обувь по средней цене. Магазин стал сразу пользоваться популярностью у покупателей. Рекламный слоган магазина «Самая удобная обувь и только для Вас».

Но недавно открылся аналогичный, конкурирующий магазин «Б» с рекламным слоганом «Дешево и удобно - и только у нас». В связи с этим в магазине «А» резко упали продажи обуви.

Какую рекламную стратегию лучше выбрать магазину «А» и почему?

Задание 13

Крупная фирма, производящая кофе, рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран.

Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Принимая во внимание полученную информацию, попробуйте определить, насколько целесообразно использование в этих странах рекламы, в которой подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей?

Предложите другие способы рекламы и создайте необходимое рекламное обращение?

Задание 14

Определите, на какую целевую аудиторию будет направлена реклама следующих товаров:

- охлажденный фруктовый коктейль с вином;
- завтраки с низким содержанием жиров;
- детские каши;
- средства для стирки;
- пицца;
- мороженое;
- обезболивающие средство.

Аргументируйте свой выбор.

Задание 15

Компания «Х» вышла на рынок развивающихся стран с новым рекламным образцом питания для новорожденных. Но выход оказался неудачным, так как менеджеры компании не учли следующие факторы:

- культурную норму развивающихся стран, в которых не принято кормить новорожденных искусственными смесями;
- отсутствие инфраструктуры слаборазвитых стран (проблемы с очисткой питьевой воды);
- отсутствие образовательной среды среди населения.

Сейчас компания готовится к повторному выходу на рынок этих же развивающихся стран с новыми растворимыми напитками, для приготовления которых сухая смесь добавляется в молоко или воду.

Какие факторы должна учесть компания при разработке повторной рекламной кампании?

Разработайте рекламные обращения для этого вида товара.

Задание 16

Умение обратить любую, даже самую проблематичную ситуацию, в свою пользу, создавать приятное впечатление о своей фирме позволяет бизнесменам увеличивать получаемую прибыль.

В одной российской гостинице на дверях сауны вместо правдивого объявления о возможности периодического отключения холодной воды висел следующий плакат «При отключении холодной воды скидка на 20 % на все время пребывания в сауне», что абсолютно устраивало большинство клиентов.

Командам предлагается поставить себя на место владельца фирмы и объяснить «представителю прессы», почему его офис не открывался в течение недели, и никто не отвечал на телефонные звонки. При этом, чтобы повысить престиж своей фирмы, он должен в свою речь вставить по две предложенные фразы (будут на слайдах).

Первая команда:

1. В восемь часов вечера мне надо быть на встрече с президентом.
2. Ну, что поделать, я позвонил Владимиру Путину.

Вторая команда:

1. Вчера президент мне дал согласие.

2. Вот когда я стажировался в Англии

Третья команда:

1. И тогда я посоветовался с Дмитрием Медведевым.

2. Сегодня мы заключаем сделку с англичанами.

Четвертая команда.

1. К сожалению, в Токио была нелетная погода.

2. Сегодня у нас селекторное совещание с руководством Международного валютного фонда.

Выступление не должно занять больше одной минуты.

Критерии и шкала оценки практического задания

Оценка	Характеристики ответа
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продemonстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечают установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить творческое задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечают установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Обучающийся, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечают установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении задания. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем продукта. Оформление работы не отвечают установленным требованиям.

7.3. Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Понятие бизнес-плана и его сущность.

2. Бизнес-план как план развития предприятия.

3. Бизнес-план как документ.

4. Значение бизнес-планирования в хозяйственной деятельности предприятия.

5. Цели и задачи бизнес-плана в рамках системного подхода.
6. Основные функции бизнес-плана.
7. Виды бизнес-планов.
8. Формы планирования и виды планов.
9. Планы по масштабности целей.
10. Планы по горизонту планирования.
11. Планы по функциям (сферам) деятельности.
12. Планы по содержанию.
13. Планы по уровню управления.
14. Планы по методам обоснования.
15. Планы по стадиям разработки.
16. Планы по степени точности.
17. Планы по временной ориентации или типологии составления планов.
18. Планы по степени охвата.
19. Планы по объектам планирования.
20. Модели процесса бизнес-планирования.
21. Схема процесса бизнес-планирования.
22. Сущность и элементы подготовительной стадии.
23. Сущность и элементы стадии разработки бизнес-плана.
24. Сущность и элементы стадии продвижения бизнес-плана.
25. Сущность и элементы стадии реализации бизнес-плана.
26. Организация информационного обеспечения бизнес-планирования на предприятии.
27. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в бизнес-планировании.
28. Основные методики бизнес-планирования.
29. Методические основания бизнес-планирования: методика UNIDO.
30. Методика бизнес-планирования, ориентированная на совершенствование товара / услуги.
31. Методика бизнес-планирования, ориентированная на маркетинг и сбыт.
32. Методика бизнес-планирования, ориентированная на анализ достижения поставленной цели.
33. Методика бизнес-планирования, ориентированная на особенности хозяйствования российских предприятий.
34. Методика бизнес-планирования, ориентированная на обобщённость финансовых показателей.
35. Современное представление о методике бизнес-планирования.
36. Базовая методика бизнес-плана. Титульный лист: сущность и составляющие.
37. Базовая методика бизнес-плана. Резюме (краткая характеристика проекта).
38. Базовая методика бизнес-плана. Описание продукции (информационный образ).
39. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: схема распространения товаров.
40. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: расходы на рекламу в СМИ, общая сумма расходов на рекламу. Работа с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
41. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: средства массовой коммуникации в рекламной деятельности.
42. Базовая методика бизнес-плана. Организационный (рабочий) план маркетинга и рекламы.
43. Базовая методика бизнес-плана. Организационный план: кадровая политика проекта.
44. Базовая методика бизнес-плана. Инвестиционный план.
45. Базовая методика бизнес-плана. Оценка риска проекта.
46. Базовая методика бизнес-плана. Оценка эффективности проекта: сущность и показатели.
47. Функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью
48. Основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации в области бизнес-планирования.
49. Основы бизнес-планирования в рекламной и пиар деятельности.
50. Разработка коммуникационных стратегий в рекламной и пиар деятельности.

Критерии и шкала оценки при устном опросе

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической

	последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

7.4. Типовые задания для промежуточной аттестации

7.4.1 Контрольные вопросы для устного ответа на экзамене

1. Понятие бизнес-плана и его сущность.
2. Бизнес-план как план развития предприятия.
3. Бизнес-план как документ.
4. Значение бизнес-планирования в хозяйственной деятельности предприятия.
5. Цели и задачи бизнес-плана в рамках системного подхода.
6. Основные функции бизнес-плана.
7. Виды бизнес-планов.
8. Формы планирования и виды планов.
9. Планы по масштабности целей.
10. Планы по горизонту планирования.
11. Планы по функциям (сферам) деятельности.
12. Планы по содержанию.
13. Планы по уровню управления.
14. Планы по методам обоснования.
15. Планы по стадиям разработки.
16. Планы по степени точности.
17. Планы по временной ориентации или типологии составления планов.
18. Планы по степени охвата.
19. Планы по объектам планирования.
20. Модели процесса бизнес-планирования.
21. Схема процесса бизнес-планирования.
22. Сущность и элементы подготовительной стадии.
23. Сущность и элементы стадии разработки бизнес-плана.
24. Сущность и элементы стадии продвижения бизнес-плана.
25. Сущность и элементы стадии реализации бизнес-плана.
26. Организация информационного обеспечения бизнес-планирования на предприятии.
27. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в бизнес-планировании.
28. Основные методики бизнес-планирования.
29. Методические основания бизнес-планирования: методика UNIDO.
30. Методика бизнес-планирования, ориентированная на совершенствование товара / услуги.
31. Методика бизнес-планирования, ориентированная на маркетинг и сбыт.
32. Методика бизнес-планирования, ориентированная на анализ достижения поставленной цели.
33. Методика бизнес-планирования, ориентированная на особенности хозяйствования российских предприятий.

34. Методика бизнес-планирования, ориентированная на обобщённость финансовых показателей.
35. Современное представление о методике бизнес-планирования.
36. Базовая методика бизнес-плана. Титульный лист: сущность и составляющие.
37. Базовая методика бизнес-плана. Резюме (краткая характеристика проекта).
38. Базовая методика бизнес-плана. Описание продукции (информационный образ).
39. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: схема распространения товаров.
40. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: расходы на рекламу в СМИ, общая сумма расходов на рекламу. Работа с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
41. Базовая методика бизнес-плана. План маркетинга: средства массовой коммуникации в рекламной деятельности.
42. Базовая методика бизнес-плана. Организационный (рабочий) план маркетинга и рекламы.
43. Базовая методика бизнес-плана. Организационный план: кадровая политика проекта.
44. Базовая методика бизнес-плана. Инвестиционный план.
45. Базовая методика бизнес-плана. Оценка риска проекта.
46. Базовая методика бизнес-плана. Оценка эффективности проекта: сущность и показатели.
47. Функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью
48. Основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации в области бизнес-планирования.
49. Основы бизнес-планирования в рекламной и пиар деятельности.
50. Разработка коммуникационных стратегий в рекламной и пиар деятельности.

Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся, демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
Хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
Удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.

Неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.
----------------------------	---

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>

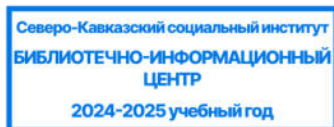
2. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Орлова, П. И. Бизнес-планирование : учебник для бакалавров / П. И. Орлова ; под редакцией М. И. Глухой. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 285 с. — ISBN 978-5-394-04354-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102270.html>

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533340>

3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>



8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows
 Microsoft Office Professional Plus 2019
 Консультант-Плюс
 Антивирус
 Google Chrome
 Яндекс.Браузер
 PDF24 Creator

8.4. Профессиональные базы данных

База данных по бизнес-планированию - <https://biznesplan-primer.ru/>
 База данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) - <https://fom.ru/>
 Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - <https://www.wciom.ru>

8.5. Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.google.ru>

Поисковая система Yandex - <https://www.yandex.ru>

Поисковая система Rambler - <http://www.rambler.ru>

8.6. Интернет-ресурсы

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

Цифровой образовательный ресурс IPRsmart - <https://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также делает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение

домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

- Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

- Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

- Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

- Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

- Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

- Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

- Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

- Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяя более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что предопределяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно поэтапное освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.