

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ  
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

**БИЗНЕС-ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Современные коммуникации и реклама  
Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Бизнес-проектирование  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд. экон. наук П.В. Иваний

Канд. экон. наук М.Т. Гуриева

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы

№ 6 от 30.10.2024

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1. Система оценивания.....	7
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	10
6.1. Список источников и литературы.....	10
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	11
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	11
9. Методические материалы.....	13
9.1. Планы семинарских/ практических занятий.....	13
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	15
Приложения.....	17
Приложение 1. Аннотация дисциплины.....	17

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

**Цель дисциплины** – рассмотрение теоретических и практических аспектов бизнес-проектирования коммерческой деятельности, формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки бизнес-плана, создания и развития собственного бизнеса.

#### Задачи дисциплины:

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины;
- получить базовые знания, необходимые для создания бизнес-проекта, включая основы финансовой грамотности.

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

<b>Компетенция</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы компетенций</b> (код и наименование)	<b>Результаты обучения</b>
ПК 1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК 1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	<b>Знать:</b> Мировой и отечественный опыт в сфере создания текстов рекламы и связей с общественностью; <b>Уметь:</b> создавать коммуникационные продукты, необходимые для развития бизнеса, с учетом специфики каналов коммуникации <b>Владеть:</b> приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью, необходимыми для создания и развития бизнеса
ПК 3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК 3.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	<b>Знать:</b> понятия коммуникационной стратегии и тактического планирования <b>Уметь:</b> осуществлять тактическое планирование в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Владеть:</b> навыками тактического планирования коммуникаций нового бизнеса
ПК 4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК 4.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	<b>Знать:</b> социально значимые ценности современного общества и проблемы, представляющие общественный интерес <b>Уметь:</b> организовывать коммуникационные кампании социальной направленности <b>Владеть:</b> навыками разработки коммуникаций компаний на основе принципов открытости и доверия
ПК 5. Способен применять в профессиональной деятельности основные	ПК 5.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует основные	<b>Знать:</b> основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; <b>Уметь:</b> выделять различные целевые группы и учитывать их особенность в процессе

технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	коммуникаций; <b>Владеть:</b> технологиями копирайтинга
	ПК 5.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	<b>Знать:</b> современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций <b>Уметь:</b> использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта. <b>Владеть:</b> навыками применения основных технологий цифровых коммуникаций

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в процессе изучения дисциплин:

- Копирайтинг
- Разработка и технология производства рекламного продукта

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения дисциплин:

- Репутационный менеджмент
- Современные интернет-коммуникации
- Преддипломная практика

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа (ов)

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
---------	---------------------	------------------

6	Лекции	12
6	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		28

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 44 академических часа(ов).

### **Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7	Лекции	8
7	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 56 академических часа(ов).

### **Структура дисциплины для заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
7 (4 курс)	Лекции	4
8 (4 курс)	Семинары/лабораторные работы	4
Всего:		8

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 64 академических часа(ов).

## **3. Содержание дисциплины**

**РАЗДЕЛ 1. Проведение маркетингового исследования, поиск рыночной ниши**

**РАЗДЕЛ 2. Разработка бизнес-плана**

**РАЗДЕЛ 3. Мониторинг показателей проекта**

**РАЗДЕЛ 4. Работа с инвесторами**

**РАЗДЕЛ 5. Разработка сбытовой политики**

#### 4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

#### 5. Оценка планируемых результатов обучения

##### 5.1. Система оценивания

При оценивании *устного опроса и участия в дискуссии* на семинарах учитываются:

- степень раскрытия темы выступления;
- знание содержания обсуждаемых проблем, умение использовать ранее изученный теоретический материал и терминологию.
- стиль и логика изложения материала, грамотность речи;

При *оценке письменных работ* учитывается:

- полнота и точность раскрытия исследования, правильное определение объекта и предмета исследования (0-5)
- степень структурированности материала и логичности изложения (0-2)
- оформление работы (наличие введения, заключения, основных разделов, списка литературы) (0-3)

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - участие в дискуссии - опрос на семинаре	5 баллов 8 баллов	20 баллов 40 баллов
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
--------------------	--------------------	------------

95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67			D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

По итогам изучения каждой темы проводятся устные и письменные **блиц-опросы** в рамках контрольных вопросов по дисциплине.

5.3.1. Контрольные вопросы по дисциплине (примерные).

1. Какие виды маркетинговых исследований используются при бизнес-планировании?
2. Как определить целевую аудиторию бизнес-проекта?
3. Какие финансовые отчеты позволяют контролировать бизнес-процессы?
4. Какие виды финансирования существуют?

5.3.2. Темы научных докладов и (или) рефератов

Каждый студент выбирает индивидуальный вариант для подготовки письменной работы и проводит их презентацию во время промежуточной аттестации. Примерные темы:

1. Маркетинговое исследование
2. Финансовый план в рамках бизнес-плана
3. План сбыта
4. Юридические основы бизнес-планирования

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1. Список источников и литературы

#### *Источники:*

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ ч.4), Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/)
2. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_61763/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/)
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (последняя редакция). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)
5. Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 08.08.2024) "Об обществах с ограниченной ответственностью" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2024) Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17819/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/)
6. Федеральный закон "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_32881/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/)

#### *Литература:*

##### *Основная:*

1. Бизнес-планирование : учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1940917>
2. Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк [и др.] ; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. - ISBN 978-5-238-01812-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028698>
3. Волков А.С., Марченко А.А. В67 Бизнес-планирование: Учеб. пособие. — Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2024. — 81 с. — (ВО: Бакалавриат). —www.doi.org/10.12737/14621. - ISBN 978-5-369-00732-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2147884>
4. Романова, М. В. Управление проектами : учебное пособие / М. В. Романова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 256 с. : ил. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0308-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1860010>
5. Управление проектами : учебник / под ред. Н. М. Филимоновой, Н. В. Моргуновой, Н. В. Родионовой. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 349 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook\_5a2a2b6fa850b2.17424197. - ISBN 978-5-16-018978-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2081756>
6. Фомичев, А. Н. Управление проектами : учебник для бакалавров / А. Н. Фомичев. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 257 с. - ISBN 978-5-394-05026-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1996283>

##### *Дополнительная:*

7. Брэнсон, Р. В поисках невинности: новая автобиография / Ричард Брэнсон ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 616 с. - ISBN 978-5-96142-164-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077911>

8. Карнеги, Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей : книга для чтения на английском языке : худож. литература / Д. Карнеги. - Санкт-Петербург : КАРО, 2009. - 368 с. - (Modern Prose). - ISBN 978-5-9925-0448-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1046524>
9. Коллинз, Д. Больше, чем бизнес: как преодолеть ограничения и построить великую компанию: Учебное пособие / Коллинз Д., Лазье У. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 235 с.: ISBN 5-9614-0373-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002005>
10. Щепин, Е. ВкусВилл: как совершить революцию в ритейле, делая всё не так / Евгений Щепин. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 272 с. - ISBN 978-5-96142-087-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077899>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. Taylor and Francis
6. JSTOR
7. Информационный центр Правительства Москвы <https://icmos.ru/>
8. Официальный сайт Правительства России <http://government.ru/>

## 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины **необходимы:**

- демонстрационные приборы для лекций,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

## 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## 9. Методические материалы

### 9.1. Планы семинарских/ практических занятий

Темы семинарских занятий отражают последовательность изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой и выбраны исходя из их значимости для изучения дисциплины. На семинарах отрабатываются наиболее важные теоретические аспекты дисциплины, а также типовые задачи и ситуации, которые появляются в ходе реализации деятельности по бизнес-проектированию.

При подготовке к занятию студент должен ознакомиться с планом семинара, повторить теоретический материал по данной теме на основании конспектов лекций, рекомендуемой литературы и электронных образовательных ресурсов. В ходе семинаров на базе самостоятельной подготовки обучающийся выполняет теоретические и практические задания, в ходе обсуждения которых оцениваются навыки в области профессиональной подготовки.

## ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ.

### Тема 1. Проведение маркетингового исследования, поиск рыночной ниши

#### Вопросы для обсуждения:

1. Какие ключевые цели и задачи ставятся перед маркетинговым исследованием в рамках бизнес-плана?
2. Как будет определяться целевая аудитория для продукта или услуги, и какие методы сегментации могут быть использованы?
3. Какие источники данных (первичные и вторичные) могут быть использованы для проведения маркетингового исследования, и как будет обеспечена их достоверность?
4. Какие конкурентные анализы могут быть проведены, и какие критерии будут использоваться для оценки позиций конкурентов на рынке?
5. Как будет оцениваться потребительский спрос на продукт или услугу, и какие инструменты для этого будут применяться (например, опросы, фокус-группы)?
6. Какие потенциальные риски и барьеры на рынке могут быть выявлены в ходе исследования, и как планируется с ними справляться?
7. Как результаты маркетингового исследования будут интегрированы в общую стратегию бизнеса и какие действия будут предприняты на основе полученных данных?

## **Тема 2. Разработка финансового плана**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Каковы основные источники финансирования, которые будут использоваться для запуска и развития бизнеса, и какие условия связаны с каждым из них?
2. Как будет составляться прогноз доходов на ближайшие 3-5 лет, и какие факторы будут учитываться при его расчете?
3. Какие основные статьи расходов предусмотрены в финансовом плане, и как будет осуществляться контроль за их выполнением?
4. Какова предполагаемая точка безубыточности (break-even point) бизнеса, и какие показатели будут использованы для ее расчета?
5. Какой уровень оборотных средств необходим для обеспечения нормальной работы бизнеса, и как будет организовано их управление?
6. Какие финансовые коэффициенты (например, рентабельность, ликвидность) будут использоваться для оценки финансового состояния бизнеса, и какие целевые значения планируется достичь?
7. Как будет осуществляться мониторинг и корректировка финансового плана в случае изменения рыночных условий или внутренних факторов бизнеса?

## **Тема 3. Мониторинг показателей проекта**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие ключевые показатели эффективности (KPI) будут использоваться для оценки успешности бизнес-плана?
2. Как часто будет проводиться анализ и пересмотр показателей бизнес-плана?
3. Какие инструменты или методологии будут применяться для сбора и анализа данных о показателях?
4. Как будут определяться пороговые значения для KPI, чтобы понять, необходимо ли вносить изменения в стратегию?
5. Какие действия будут предприняты в случае, если показатели не соответствуют запланированным целям?

## **Тема 4. Работа с инвесторами**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие виды инвестиций (например, венчурные, долговые) планируется привлечь для реализации бизнес-плана, и почему именно эти виды являются наиболее подходящими?
2. Какова целевая сумма инвестиций, необходимая для запуска и развития бизнеса, и как она будет распределена по ключевым статьям расходов?
3. Каковы основные преимущества и уникальные предложения бизнеса, которые могут привлечь потенциальных инвесторов?
4. Какой план выхода для инвесторов (exit strategy) предусмотрен, и какие сроки и условия предполагаются для возврата инвестиций?
5. Какие риски могут быть связаны с инвестициями в данный бизнес, и как команда планирует управлять этими рисками?
6. Как будет осуществляться коммуникация с потенциальными инвесторами, и какие каналы (например, презентации, встречи, онлайн-платформы) будут использованы для поиска и привлечения средств?
7. Какие финансовые прогнозы и ключевые показатели эффективности (KPI) будут предоставлены инвесторам для оценки потенциальной доходности и устойчивости бизнеса?

## **Тема 5. Разработка сбытовой политики**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какова целевая аудитория для продукта или услуги, и какие методы сегментации будут использованы для ее определения?
2. Какие каналы продаж (например, онлайн, оффлайн, дистрибьюторы) будут использоваться для реализации продукции, и почему они были выбраны?
3. Каковы прогнозируемые объемы продаж на ближайшие 1-3 года, и какие факторы будут влиять на эти прогнозы?
4. Какие стратегии ценообразования будут применены, и как они соотносятся с конкурентами на рынке?
5. Как будет организован процесс продаж, включая этапы от привлечения клиентов до завершения сделки?
6. Какие коммуникационные инструменты (например, реклама, PR, социальные сети) будут использоваться для увеличения продаж, и как будет оцениваться их эффективность?
7. Какой уровень обслуживания клиентов будет предложен, и какие меры будут предприняты для повышения удовлетворенности и лояльности клиентов?
8. Как будет проводиться анализ и мониторинг результатов продаж, и какие ключевые показатели (KPI) будут использоваться для оценки эффективности плана продаж?

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с дисциплиной.

*Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;

- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с преподавателем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

#### *Требования к содержанию и структуре текста*

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

### Приложение 1. Аннотация дисциплины

Дисциплина «Бизнес-проектирование» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

**Цель дисциплины** – рассмотрение теоретических и практических аспектов бизнес-проектирования коммерческой деятельности, формирование у студентов знаний и умений, необходимых для разработки бизнес-плана, создания и развития собственного бизнеса.

**Задачи дисциплины:**

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины;
- получить базовые знания, необходимые для создания бизнес-проекта, включая основы финансовой грамотности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- ПК 1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
- ПК 3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
- ПК 4. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.
- ПК 5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** Мировой и отечественный опыт в сфере создания текстов рекламы и связей с общественностью; понятия коммуникационной стратегии и тактического планирования; социально значимые ценности современного общества и проблемы, представляющие общественный интерес; основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами; современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций.

**Уметь:** создавать коммуникационные продукты, необходимые для развития бизнеса, с учетом специфики каналов коммуникации; осуществлять тактическое планирование в рамках реализации коммуникационной стратегии; организовывать коммуникационные кампании социальной направленности; выделять различные целевые группы и учитывать их особенность в процессе коммуникаций; использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**Владеть:** приемами создания текстов рекламы и связей с общественностью, необходимыми для создания и развития бизнеса; навыками тактического планирования коммуникаций нового бизнеса; технологиями копирайтинга; навыками применения основных технологий цифровых коммуникаций; навыками разработки коммуникаций компаний на основе принципов открытости и доверия.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.