

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

**Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичных отношений
деятельности**

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	43.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637AB04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2026 г.

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
	-	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	ПК-5.1 Применяет методы исследований в области СМИ для создания алгоритмов проектов ПК-5.2 Организует маркетинговые исследования в области СМИ и разрабатывает маркетинговую стратегию для коммуникационных продуктов ПК-5.3 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ ПК-5.4 Осуществляет контроль и проведение оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приемы и методы копирайтинга ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-5		
	- базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ по бизнес-планированию	- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для	- способность инициировать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта

		планирования рекламных и PR-компаний	
Код компетенции	ПК-6		
	- основные приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	- ориентироваться в процессах онлайн и офлайн коммуникаций	- способность инициировать в профессиональной деятельности основные технологические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; - инициировать навыки обоснования и выбора технических решений в профессиональной деятельности

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичных отношений» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической взаимосвязи с дисциплиной «Оценка эффективности рекламной и публичных отношений».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

5. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения			
		Очная	Очно-заочная	Заочная	Заочная с применением ДОТ
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		3/108	3/108	3/108	3/108
Контактная работа:					
	Занятия лекционного типа	14	8	4	2
	Занятия семинарского типа	28	12	4	4
	Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	0,15	4	4
Самостоятельная работа (СРС)		65,85	87,85	96	98

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1.Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос- тоятель- ная работа	
		Контактная работа							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа					
		Лекции	Иные учебные занятия	Прак- ти- ческие занятия	Семи- нары	Лабо- ратор- ные раб.	Иные заня- тия		
1.	Бизнес: основные правила игры в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	2		2					10
2.	Общая концепция бизнес-планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	2		2					10
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	2		2					10
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы.	2		2					10
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и	2		4					5

	паблик рилейшнз деятельности							
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		4				5
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		4				5
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		4				5
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		4				5,85
	Итого	14		28				65,85
	Промежуточный контроль	0,15						

6.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос- тоя- тельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Прак- тиче- ские занятия	Семи- нары	Лабо- ратор- ные работы	Иные	
1.	Бизнес: основные правила игры в			1				10

	сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							
2.	Общая концепция бизнес-планирования	1		1				10
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		1				10
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы.	1		1				10
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		1				10
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		1				10
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		2				10
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании в сфере рекламной и	1		2				10

	паблик рилейшнз деятельности							
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		2				7,85
	Итого	8		12				87,85
	Промежуточная аттестация	0,15						

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)							
		Контактная работа						Самос- тоя- тельна я работа	
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа					
		Лекции	Иные учебные занятия	Прак- тичес- кие занятия	Семи- нары	Лабора- торные рабо- ты	Иные		
1.	Бизнес: основные правила игры в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1							10
2.	Общая концепция бизнес-планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности			1					10
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности								10
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности	1		1					10

	фирмы.							
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							10
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности			1				10
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							10
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1		1				10
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1						16
	Итого	4		4				96
	Промежуточная аттестация	4						

6.1.4. Заочная форма обучения ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)		
		Контактная работа		Самос- тоя-
		Занятия	Занятия семинарского типа	

		лекционного типа						тельная работа
		Лекции	Иные учебные занятия	Прак- тичес- кие занятия	Семи- нары	Лабора- тор- ные работы	Иные	
1.	Бизнес: основные правила игры в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	1						10
2.	Общая концепция бизнес-планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности			1				10
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							10
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы.	1		1				10
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							10
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности			1				10
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании в							10

	сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности			1				10
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности							18
	Итого	2		4				98
	Промежуточная аттестация	4						

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Бизнес: основные правила игры бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Сущность бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Бизнес и его участники. Бизнес как система. Основные правила игры и эволюция форм бизнеса.
2.	Общая концепция бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Определение и необходимость планирования. Общенаучное понимание планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Планирование как антипод механизма цен. Управленческое понимание планирования. Увеличение размеров фирмы и усложнение форм ее деятельности. Подвижность внешней среды. Новый стиль руководства персонала.
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Типы планирования. Степень неопределенности в планировании. Временная ориентация идей планирования. Горизонт планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Стратегическое и оперативное планирование. Процесс планирования в экономической организации.

4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы.	Назначение и математическая модель бизнес-плана. Содержание разделов бизнес-плана. Показатели эффективности использования капитала фирмы бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности Бизнес диагностика и реинжиниринг бизнес-процессов.
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвест бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности инвестиционных проектов	Финансирование инвестиционных проектов. Общие вопросы финансирования проекта. Структура и характеристика необходимых инвестиций. Способы и формы финансирования инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности Применение заемных средств для инвестиционной и инновационной деятельности отечественных предприятий.
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности	Денежные потоки инвестиционного проекта бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности. Выбор нормы дисконтирования. Методы оценки эффективности инвестиций. Метод срока окупаемости инвестиций (РР).
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности	Учет налогообложения и амортизации. Учет инфляции. Сравнение проектов с разными сроками действия. Нормирование капиталовложений бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности.
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности	Понятие и функции организационной культуры. Структура и объекты планирования. организационной культуры. Многообразие организационных культур бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности	Сущность, причины возникновения, функции и задачи контроллинга. Виды и основные инструменты контроллинга бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Бизнес: основные правила игры бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности	Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании. Модели бизнеса и их отличие от стратегий бизнеса. Цель бизнес-анализа, оценка целей, предпосылок ресурсов. Период планирования. Миссия фирмы бизнеса в сфере рекламной и публичных отношений деятельности

		релейшнз деятельности.
2.	Общая концепция бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности	Пределы планирования. Неопределенность рыночной среды. Издержки бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Масштабы деятельности фирмы бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Специфика российского рынка. Причины неудач внутрифирменного планирования. Принципы планирования в экономической организации: принцип единства, принцип участия, непрерывности, гибкости, точности.
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности	Система планов фирмы в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Схемы планирования в экономической организации. Схемы планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Организационные структуры планирования. Стратегические хозяйственные центры бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Функции и структура плановой команды. Личные качества плановика.
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы	Типы прогнозов бизнес-среды. Методы прогнозирования. Технологическое прогнозирование. Инновации как инструмент бизнес-планирования. Понятие и классификация инноваций. Организационные формы инновационных бизнес-фирм бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности	Инвестиционный проект и цикл его реализации Технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности. Проектный анализ, его содержание и назначение Основные принципы оценки эффективности инвестиционных проектов Схема оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности	Метод простой бухгалтерской нормы прибыли (расчетной нормы прибыли) (AROR). Дисконтный метод срока окупаемости инвестиций (DPP). Метод чистой текущей стоимости проекта (NPV, ЧДД) бизнеса в сфере рекламной и паблик релейшнз деятельности Метод индекса рентабельности (доходности) проекта (PI). Метод внутренней нормы прибыли проекта (IRR, ВНД).

7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Неопределенность и риск: общие понятия и методы учета. Укрупненная оценка устойчивости инвестиционного проекта. Премия за риск. Методы установления нормы дисконта, учитывающей риск. Определение RRR через стоимость привлечения капитала: средневзвешенная стоимость капитала Учет риска при определении RRR: ценовая модель фондового рынка (CAPM). Упрощенный подход к определению RRR с учетом риска. Альтернативные подходы к оценке риска инвестиций в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Определение вероятностей исходов. Моделирование в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Анализ чувствительности в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Теория игр.
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Конкуренция и ее виды. Как вести конкурентную борьбу в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Как побеждать на рынке: конкурентная стратегия фирмы в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности.
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Оценка бизнеса: предмет, цели, практические ситуации, стандарты. Затратный подход к оценке стоимости предприятия. Доходный подход к оценке стоимости предприятия. Сравнительный подход к оценке стоимости предприятия в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Бизнес: основные правила игры бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Сущность бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Бизнес и его участники. Бизнес как система. Основные правила игры и эволюция форм бизнеса.
2.	Общая концепция бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Определение и необходимость планирования. Общенаучное понимание планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Планирование как антипод механизма цен. Управленческое понимание планирования. Увеличение размеров фирмы и усложнение форм ее деятельности.

		Подвижность внешней среды. Новый стиль руководства персонала.
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Типы планирования. Степень неопределенности в планировании. Временная ориентация идей планирования. Горизонт планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Стратегическое и оперативное планирование. Процесс планирования в экономической организации.
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы.	Назначение и математическая модель бизнес-плана. Содержание разделов бизнес-плана. Показатели эффективности использования капитала фирмы бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Бизнес диагностика и реинжиниринг бизнес-процессов.
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности инвестиционных проектов	Финансирование инвестиционных проектов. Общие вопросы финансирования проекта. Структура и характеристика необходимых инвестиций. Способы и формы финансирования инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности Применение заемных средств для инвестиционной и инновационной деятельности отечественных предприятий.
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Денежные потоки инвестиционного проекта бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности. Выбор нормы дисконтирования. Методы оценки эффективности инвестиций. Метод срока окупаемости инвестиций (РР).
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Учет налогообложения и амортизации. Учет инфляции. Сравнение проектов с разными сроками действия. Нормирование капиталовложений бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности.
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Понятие и функции организационной культуры. Структура и объекты планирования. организационной культуры. Многообразие организационных культур бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Сущность, причины возникновения, функции и задачи контроллинга. Виды и основные инструменты контроллинга бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Бизнес: основные правила игры бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, эссе Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Общая концепция бизнес-планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование, эссе Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
4.	Бизнес-план, его составление, прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности фирмы	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
5.	Анализ финансирования и оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, тестирование, информационный проект, мини-пресс-конференция, эссе Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитические задания, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
7.	Учет различных факторов в инвестиционном проектировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, эссе. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
8.	Планирование культуры экономической организации, роль конкуренции в бизнес-планировании бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, вопросы к контрольной работе, тестирование, исследовательский проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

	рилейшнз деятельности	
9.	Контроллинг в системе бизнес-планирования, методы оценки стоимости бизнеса в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности	Опрос, проблемно-аналитическое задание Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература

1. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование: учебное пособие / В. Л. Горбунов. — 3-е изд. — Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 422 с. — ISBN 978-5-4497-0306-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89423.html>

2. 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 // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102270.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Молокова, Е. И. Бизнес-планирование: монография / Е. И. Молокова. — 2-е изд. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 117 с. — ISBN 978-5-4487-0375-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79747.html>

3. Леонов, С. А. Бизнес-планирование. Управление конкурентоспособностью продукции предприятия: учебное пособие / С. А. Леонов, Ю. А. Попов. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 86 с. — ISBN 978-5-7937-1809-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102898.html>

8.3. Периодические издания

1. Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. ISSN: 1990-536X. - <http://vestnik.volbi.ru/>

2. Минеральные ресурсы России. Экономика и управление. - <http://www.iprbookshop.ru/17112>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Операционная система Windows.
2. Интернет-браузер Internet Explorer (или любой другой).
3. Офисный пакет Microsoft Office 2007 и выше.
4. «Гарант». – <http://www.garant.ru>
5. Официальный сайт Президента РФ - <http://www.kremlin.ru>
6. Правительство Российской Федерации: (официальный сайт) – <http://government.ru>
7. ЭБС «IPRbooks». - <http://www.iprbookshop.ru/47702>
8. Министерство экономического развития Российской Федерации: (официальный

сайт). – <http://economy.gov.ru>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, колонки, проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD..

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Reader, Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичных отношений
деятельности**

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	43.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-5
	-	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-5	Способен использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта	ПК-5.1 Применяет методы исследований в области СМИ для создания алгоритмов проектов ПК-5.2 Организует маркетинговые исследования в области СМИ и разрабатывает маркетинговую стратегию для коммуникационных продуктов ПК-5.3 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ ПК-5.4 Осуществляет контроль и проведение оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приемы и методы копирайтинга ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-5		
	- базовые системные программные продукты и пакеты прикладных программ по бизнес-планированию	- использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для	- способность инициировать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта

		планирования рекламных и PR-компаний	
Код компетенции	ПК-6		
	- основные приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	- ориентироваться в процессах онлайн и офлайн коммуникаций	- способность инициировать в профессиональной деятельности основные технологические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; - инициировать навыки обоснования и выбора технических решений в профессиональной деятельности

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

ХОРОШО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЕН О/НЕ ЗАЧТЕНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.

	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.
--	----------	--

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

7 СЕМЕСТР ПК-5

1. Что такое бизнес-план в сфере рекламной и публичной деятельности:

- а) инструмент управления;
- б) бюрократический барьер;
- в) динамический прогноз развития;

2. Бизнес-план в сфере рекламной и публичной деятельности предназначен для:

- а) инвесторов;
- б) кредиторов;
- в) предпринимателей;
- г) партнеров;
- д) всех выше перечисленных.

3. С чего начинается инвестиционный проект в сфере рекламной и публичной деятельности:

- а) вложение средств;
- б) предпринимательская идея;
- в) накопление капитала (появление свободных средств);
- г) что такое восстановительная стоимость основных средств.

4. Нормативная стоимость:

- а) стоимость объекта, который после его купли-продажи будет функционировать и приносить доход;
- б) стоимость воспроизводства в современных ценах.

5. Отметьте составляющие оборотного капитала:

- а) запасы сырья и материалов;
- б) незавершенное производство;
- в) затраты на машины и оборудование;
- г) стоимость складских запасов готовой продукции;
- д) дебиторская задолженность.

6. Что такое «Чистый денежный поток» (NCF):

- а) финансовый результат за период;
- б) разница между притоками и оттоками средств за период;
- в) время, за которое окупаются инвестиции;

7. При определении объема инвестиций следует ли учитывать потребность предприятия в создании запасов сырья и материалов?

- а) нет;
- б) да;
- в) да, исходя из их оборачиваемости.

8. Какой показатель характеризует «вертикальную структуру капитала»

- а) доля собственного капитала в совокупных пассивах.
- б) коэффициент покрытия внеоборотных активов собственным капиталом
- в) коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами.

9. Какие виды затрат увеличиваются пропорционально увеличению объемов производства:

- а) условно-постоянные;
- б) переменные.

10. Как определяется динамический срок окупаемости инвестиционного проекта?

- а) как отношение выручки от реализации к объёму инвестиций;
- б) как отношение объёма инвестиций к прибыли;
- в) по положительному значению финансового результата NCF, рассчитанного нарастающим итогом.

11. Что необходимо для привлечения внешних источников финансирования

- а) реальный бизнес-план;
- б) соблюдение правил финансирования;
- в) обеспечение эффективности инвестиций;
- г) мероприятия по предотвращению риска;
- д) все вышеперечисленное.

12. Какой показатель свидетельствует о соблюдении «золотого правила финансирования»?

- а) оборачиваемость оборотных активов.
- б) коэффициент покрытия внеоборотных активов собственным капиталом;
- в) коэффициент покрытия внеоборотных активов долгосрочными источниками финансирования.

13. Бизнес-планирование отражает потребность ...

- а) предпринимателей в упорядочивании своей и фирмы деятельности
- б) инвесторов обосновании эффективности проекта
- в) банков в представлениях, на что могут быть израсходованы кредиты

14. К какому виду планирования следует отнести инвестиционный бизнес-план в сфере рекламной и публичных отношений деятельности:

- а) краткосрочный;
- б) среднесрочный;
- в) долгосрочный.

15. Какую главную цель преследуют при разработке инвестиционной стратегии в сфере рекламной и публичных отношений деятельности:

- а) привлечение дополнительных средств для хозяйственной деятельности;
- б) получение прибыли;
- в) увеличение стоимости бизнеса.

ПК-6

1. Что понимается под бизнесом как системой в контексте планирования?

- А) Совокупность только финансовых операций
- Б) Взаимосвязанная совокупность элементов (ресурсов, процессов, участников), функционирующая для достижения целей
- В) Только производственный процесс
- Г) Только маркетинговая деятельность

Ответ: Б) Взаимосвязанная совокупность элементов (ресурсов, процессов, участников), функционирующая для достижения целей

2. Что представляет собой планирование как антипод механизма цен?

- А) Планирование полностью заменяет рыночные цены
- Б) Планирование является альтернативным способом координации экономической деятельности по сравнению со стихийным рыночным регулированием
- В) Планирование не связано с ценами
- Г) Планирование используется только в государственных компаниях

Ответ: Б) Планирование является альтернативным способом координации экономической деятельности по сравнению со стихийным рыночным регулированием

3. Какие типы планирования выделяются по степени неопределенности?

- А) Долгосрочное и краткосрочное
- Б) Стратегическое и оперативное
- В) Планирование в условиях определенности, риска и неопределенности
- Г) Финансовое и производственное

Ответ: В) Планирование в условиях определенности, риска и неопределенности

4. Что такое горизонт планирования?

- А) Расстояние до офиса
- Б) Временной период, на который разрабатывается план
- В) Высота здания
- Г) Количество сотрудников в отделе

Ответ: Б) Временной период, на который разрабатывается план

5. В чем заключается назначение бизнес-плана согласно тексту?

- А) Только для получения кредита в банке
- Б) Для обоснования экономической целесообразности проекта, планирования деятельности и привлечения инвестиций
- В) Для замены бухгалтерской отчетности
- Г) Только для внутреннего использования в отделе маркетинга

Ответ: Б) Для обоснования экономической целесообразности проекта, планирования деятельности и привлечения инвестиций

6. Какие показатели относятся к показателям эффективности использования капитала фирмы?

- А) Только показатели прибыли
- Б) Показатели рентабельности, оборачиваемости, фондоотдачи и другие, оценивающие отдачу от вложенного капитала
- В) Только показатели численности персонала
- Г) Только показатели объема производства

Ответ: Б) Показатели рентабельности, оборачиваемости, фондоотдачи и другие, оценивающие отдачу от вложенного капитала

7. Что относится к способам и формам финансирования инвестиционных проектов?

- А) Только собственные средства
- Б) Собственные средства, заемные средства (кредиты), привлеченные средства (инвестиции) и смешанное финансирование
- В) Только государственные субсидии
- Г) Только банковские кредиты

Ответ: Б) Собственные средства, заемные средства (кредиты), привлеченные средства (инвестиции) и смешанное финансирование

8. Какой метод оценки эффективности инвестиций предполагает расчет периода возврата вложенных средств?

- А) Метод чистой приведенной стоимости (NPV)
- Б) Метод срока окупаемости инвестиций (PP)
- В) Метод внутренней нормы доходности (IRR)
- Г) Метод дисконтирования

Ответ: Б) Метод срока окупаемости инвестиций (PP)

9. Что такое организационная культура в контексте бизнес-планирования?

- А) Только дресс-код сотрудников
- Б) Совокупность ценностей, норм, правил и традиций, влияющих на поведение сотрудников и эффективность организации
- В) Только корпоративные праздники
- Г) Только логотип компании

Ответ: Б) Совокупность ценностей, норм, правил и традиций, влияющих на поведение сотрудников и эффективность организации

10. Какова сущность контроллинга в системе бизнес-планирования?

- А) Только бухгалтерский учет
- Б) Функция управления, направленная на координацию планирования, контроля и информационной поддержки для достижения целей
- В) Только внутренний аудит
- Г) Только налогообложение

Ответ: Б) Функция управления, направленная на координацию планирования, контроля и информационной поддержки для достижения целей

11. Какие факторы обуславливают необходимость планирования в современных условиях согласно тексту?

- А) Только увеличение размеров фирмы
- Б) Увеличение размеров фирмы, усложнение форм деятельности, подвижность внешней среды, новый стиль руководства персоналом
- В) Только подвижность внешней среды
- Г) Только новый стиль руководства

Ответ: Б) Увеличение размеров фирмы, усложнение форм деятельности, подвижность внешней среды, новый стиль руководства персоналом

12. Что включает в себя структура необходимых инвестиций в инвестиционном проекте?

- А) Только капитальные вложения в оборудование
- Б) Затраты на строительство, оборудование, технологии, оборотный капитал и другие активы, необходимые для реализации проекта
- В) Только затраты на рекламу
- Г) Только затраты на заработную плату

Ответ: Б) Затраты на строительство, оборудование, технологии, оборотный капитал и другие активы, необходимые для реализации проекта

13. Что такое реинжиниринг бизнес-процессов в контексте бизнес-диагностики?

- А) Незначительное улучшение существующих процессов
- Б) Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения улучшений
- В) Полная ликвидация бизнеса
- Г) Простое копирование процессов конкурентов

Ответ: Б) Фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения улучшений

14. Какие виды контроллинга выделяются в системе бизнес-планирования?

- А) Только финансовый контроллинг
- Б) Стратегический и оперативный контроллинг
- В) Только производственный контроллинг
- Г) Только кадровый контроллинг

Ответ: Б) Стратегический и оперативный контроллинг

15. Что учитывается при выборе нормы дисконтирования в инвестиционном проектировании?

- А) Только уровень инфляции
- Б) Альтернативная стоимость капитала, уровень риска, темпы инфляции и стоимость заемных средств
- В) Только желаемая прибыль инвестора
- Г) Только ключевая ставка ЦБ

Ответ: Б) Альтернативная стоимость капитала, уровень риска, темпы инфляции и стоимость заемных средств

16. Какое место занимает конкуренция в бизнес-планировании согласно тексту?

- А) Конкуренция не учитывается при планировании
- Б) Конкуренция является важным фактором, влияющим на стратегическое планирование, позиционирование и оценку рисков
- В) Конкуренция важна только для крупных компаний
- Г) Конкуренция не влияет на планирование культуры организации

Ответ: Б) Конкуренция является важным фактором, влияющим на стратегическое планирование, позиционирование и оценку рисков

17. Какие функции выполняет организационная культура в бизнес-планировании?

- А) Только развлекательную функцию
- Б) Формирование ценностей, сплочение коллектива, повышение эффективности и адаптация к внешней среде
- В) Только дисциплинарную функцию
- Г) Только эстетическую функцию

Ответ: Б) Формирование ценностей, сплочение коллектива, повышение эффективности и адаптация к внешней среде

18. Что такое денежные потоки инвестиционного проекта?

- А) Только поступления от продаж
- Б) Притоки и оттоки денежных средств в процессе реализации проекта, включая инвестиционные, операционные и финансовые потоки
- В) Только расходы на оборудование
- Г) Только выплаты по кредитам

Ответ: Б) Притоки и оттоки денежных средств в процессе реализации проекта, включая инвестиционные, операционные и финансовые потоки

19. Какие методы оценки стоимости бизнеса используются в рамках контроллинга?

- А) Только метод дисконтирования
- Б) Затратный, доходный и сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса
- В) Только балансовый метод
- Г) Только метод рыночных мультипликаторов

Ответ: Б) Затратный, доходный и сравнительный подходы к оценке стоимости бизнеса

20. Что представляет собой управленческое понимание планирования в сфере рекламной и PR-деятельности?

- А) Только составление сметы расходов
- Б) Процесс определения целей, разработки стратегий и ресурсов для их достижения, а также контроль реализации с точки зрения управления
- В) Только заполнение документов
- Г) Только прогнозирование продаж

Ответ: Б) Процесс определения целей, разработки стратегий и ресурсов для их достижения, а также контроль реализации с точки зрения управления