

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан
социально-гуманитарного факультета

(наименование факультета)

И.В. Цевелева И.В. Цевелева

(подпись, ФИО)

«19» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	6	4

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Экзамен	ИК

Комсомольск-на-Амуре 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан
социально-гуманитарного факультета
(наименование факультета)
И.В. Цевелева И.В. Цевелева
(подпись, ФИО)
« 29 » *июль* 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиainдустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2021
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

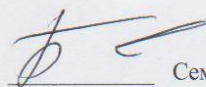
Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	6	4

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Экзамен	ИК

Комсомольск-на-Амуре 2021

Разработчик рабочей программы:

Доцент, Кандидат исторических наук



Семёнов А.Б

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

Кафедра «История и культурология»



Петрунина Ж.В.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины « Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт [Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ], ПС 06.009, ТФ 3.2.3, Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ , НУ-3 Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами).

Задачи дисциплины	Овладение студентами базовым понятийным аппаратом современного бизнес- планирования в рекламе и связях с общественностью и изучение важнейших концепций и теорий. Развитие творческого и критического мышления. Формирование целостного представления о по бизнес- планированию в рекламе и связях с общественностью Развитие способности самостоятельно анализировать значимые проблемы бизнес- планирования в рекламе и связях с общественностью Формирование умения логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение профессиональных и мировоззренческих проблем. Совершенствование студентами речевой практики.
Основные разделы / темы дисциплины	<ol style="list-style-type: none">1. Бизнес-планирование в системе планирования деятельности организации в рекламе и связях с общественностью2. Анализ внешней среды бизнес-проекта и разработка маркетингового плана в рекламе и связях с общественностью3. Инвестиционный план и стратегия финансирования в рекламе и связях с общественностью4. Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Процесс изучения дисциплины « Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
Профессиональные		
ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации	ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью	Знать методы формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ Уметь формирование проекты бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ Владеть навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина « Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» изучается на 3курсе(ах) в бсеместре(ах).

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные при изучении курса «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Экономика».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью» будут востребованы при прохождении производственной практики.

Дисциплина « Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не проводится.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества

академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	48
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) в том числе часов практической подготовки	16 0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) в том числе часов практической подготовки	32: 8 часов практ. подготовки
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	60
Промежуточная аттестация обучающихся – Экзамен	0

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1. «Бизнес-планирование в системе планирования деятельности организации в рекламе и связях с общественностью»				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
<p>Тема 1. Понятие, цель, задачи, функции бизнес-планирования. Место бизнес-планирования в системе планирования на предприятии. Отличительные особенности бизнес-планирования. Определение бизнес-плана и бизнес-проекта. Случаи разработки бизнес-плана. Пользователи бизнес-плана. Участники процесса бизнес-планирования. Виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Характеристика основных разделов бизнес-плана.</p>	4	8	-	20
<p>Тема 2. Анализ внешней среды бизнес-проекта и разработка маркетингового плана в рекламе и связях с общественностью Значение анализа внешней среды при разработке бизнес-плана. Определение рынка сбыта и его емкости. Порядок проведения маркетинговых исследований по бизнес-проекту. Источники маркетинговой информации, формирование информационной базы по проекту. Оценка состояния и перспектив развития рынка сбыта (отрасли). Сегментация рынка сбыта, определение целевого сегмента. Характеристика целевого потребителя: количественные и качественные параметры. Порядок анализа конкурентной среды. Выделение основных конкурентов, оценка основных показателей их деятельности, определение сильных и слабых сторон конкурентов и предприятия. Понятие плана маркетинга и его особенности. Обоснование маркетинговой стратегии. Формирование цели и задач маркетинга. Товарная политика. Порядок выбора и разработки товара, определение его конкурентных преимуществ. Обоснование канала сбыта товара. Критерии отбора посредников. Политика продвижения товара. Реклама. Средства стимулирования сбыта. Формирование благоприятного имиджа. Расчет бюджета расходов на маркетинг.</p>	4	8	-	20
Раздел 2. «Инвестиционный план и стратегия финансирования в рекламе и связях с обще-				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
«... ответственностью»				
Тема 3. Понятие и особенности инвестиционного плана, цели разработки. Обоснование потребности в инвестиционных ресурсах на организацию бизнес-проекта. Определение источников финансирования. Выбор схемы финансирования проекта. Расчет стоимости инвестиционного капитала. Составление графика погашения займа. Статические и динамические методы анализа эффективности вложений в бизнес-проект. Расчет показателей оценки инвестиций.	4	8	-	20
Тема 4. Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью. Основные риски бизнес-проекта: понятие, виды, характерные черты. Система управления рисками: понятие, элементы, этапы формирования. Выделение зон (областей) рисков для проекта. Вероятность рисков событий. Объективная и субъективная вероятность. Порядок определения вероятности возникновения риска. Методы оценки рисков бизнес-проекта. Анализ чувствительности. Использование имитационного моделирования в оценке. Способы предотвращения рисков и нейтрализации их последствий.	4	8*	-	20
ИТОГО по дисциплине	16	32	-	60

*- реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
-----------------------------------	------------------

Изучение теоретических разделов дисциплины	20
Подготовка к занятиям семинарского типа	20
Подготовка и оформление контрольной работы	20
	60

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Петрученя, И. В. Бизнес-планирование : монография / И. В. Петрученя, А. С. Буйневич. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. - 196 с. - ISBN 978-5-7638-4392-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819287> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Волков, А. С. Бизнес-планирование : учебное пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 81 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-369-01764-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1099263> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

3. 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> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

4. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

5. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 512 с. - ISBN 978-5-394-03297-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091202> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

6. Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053378> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 254 с. - ISBN 978-5-7567-0576-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038970>

(дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

2. Синявский, Н. Г. Предпринимательские риски : монография / Н.Г. Синявский, В.А. Дадалко. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 177 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1019184. - ISBN 978-5-16-015172-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019184> (дата обращения: 27.12.2020). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1 Семёнов, А.Б.. Методические указания к написанию контрольных работ по дисциплине « Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» (Размещение: СЭД «Альфреско»).

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

8.6 Лицензионное программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом иписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных моду-

лей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;

- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

1. Методические указания при работе над конспектом лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

2. Методические указания по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение

практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы необходимо стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

3. Методические указания по выполнению контрольной работы

Выполнение контрольной работы рекомендуется проводить, придерживаясь следующего порядка:

- 1) уяснить объем и последовательность излагаемых вопросов;
- 2) прочитать в рекомендуемой литературе весь относящийся к данной теме материал;
- 3) повторно прочитать учебную информацию по теме контрольной работы и составить краткий конспект раздела;
- 4) приступить к выполнению задания.

При возникновении трудностей при выполнении контрольной работы можно обратиться к преподавателю за письменной или устной консультацией.

Выполнять задания и отвечать на вопросы необходимо в той же последовательности, в которой они даны в заданиях.

Ответы на вопросы не должны быть односложными. Необходимо подтверждать свои выводы примерами.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.2 Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены презентации по темам: «Власть» и «Политические конфликты и переговоры».

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоро-

вья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать 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. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹
по дисциплине

Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>« Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»</i>
Квалификация выпускника	<i>«бакалавр»</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>«2020»</i>
Форма обучения	<i>«очная»</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	6	4
Вид промежуточной аттестации		Обеспечивающее подразделение
<i>Экзамен</i>		<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ²
по дисциплине

Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>« Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»</i>
Квалификация выпускника	<i>«бакалавр»</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>«2021»</i>
Форма обучения	<i>«очная»</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	6	4
Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение	
<i>Экзамен</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>	

² В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
Профессиональные		
ПК-2 Способен осуществлять подготовку необходимой проектной документации	<p>ПК-2.1 Знает особенности, виды и методы подготовки проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.2 Умеет готовить необходимую проектную документацию в области рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.3 Владеет навыками подготовки в соответствии с формальными и содержательными требованиями необходимой проектной документации в области рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать методы формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>Уметь формирование проекты бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>Владеть навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Бизнес-планирование в системе планирования деятельности организации в рекламе и связях с общественностью Анализ внешней среды бизнес-проекта и разработка маркетингового плана в рекламе и связях с общественностью Инвестиционный план и стратегия финансирования в рекламе и связях с	ПК-2	Тест	Общая сумма баллов, которая может быть получена за тест
	ПК-2	Собеседование (опрос)	<ul style="list-style-type: none"> - глубина, прочность, систематичность знаний - адекватность применяемых знаний ситуации - рациональность используемых подходов - степень проявления необходимых профессионально

<p>общественностью Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью</p>			<p>значимых личностных качеств</p> <ul style="list-style-type: none"> - степень значимости определенных ценностей - проявленное отношение к определенным объектам, ситуациям - умение поддерживать и активизировать беседу, корректное поведение
	<p>ПК-2</p>	<p>Контрольная работа - практическое задание</p> <p>- эссе</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способность анализировать и обобщать информацию; - способность синтезировать новую информацию; - способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения; <p>установление причинно-следственных связей, выявление закономерности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами); - наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; - адекватность аргументов при обосновании личной позиции <p>стиль изложения (использование профессиональных терминов, цитат, стилистическое построение фраз, и т.д.)</p>

	ПК-2	Экзамен (теоретические вопросы)	-способность полностью и объёмно отвечать на экзаменационные вопросы; -способность свободно оперировать основными понятиями дисциплины -способность отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.
--	------	---------------------------------	---

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
6 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>				
1	Тест	15 неделя	максимально возможная сумма 5 баллов	0,5 балла за каждый правильный ответ
2	Собеседование (опрос)	В течение семестра	1-2 балла за каждую тему максимально возможная сумма 32 балла	2 балла студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 1 балл дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «2», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 0,5 балла ответы обрывистые, нечёткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы 0 баллов – студент не отвечает на вопросы плана семинарского занятия

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
3.1	Контрольная работа	13 неделя	48 баллов	<p>40-48 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, свободное владение материалом.</p> <p>30 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: знание программного материала, грамотное изложение, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач.</p> <p>20 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий.</p> <p>10 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, в работе содержатся ошибки, затруднения при выполнении практического задания</p> <p>0 баллов работа не выполнена.</p>
4	Экзамен	Сессия	15 баллов	<p>15 баллов - студент правильно ответил на теоретические вопросы билета. Показал отличные знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы.</p> <p>10 баллов - студент ответил на теоретические вопросы билета с небольшими неточностями. Показал хорошие знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов.</p> <p>5 баллов - студент ответил на теоретические вопросы билета с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей.</p> <p>0 баллов - при ответе на теоретиче-</p>

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				ские вопросы билета студент продемонстрировал недостаточный уровень знаний. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов.
	ИТОГО:	максимально возможная сумма 100 баллов		-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)				

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовое тестовое задание

Вопрос № 1: Планирование – это:

- а) процесс разработки планов, организации их выполнения и контроля;
- б) формирование принципов экономического поведения;
- в) контроль за экономическим поведением хозяйствующих субъектов;
- г) экономическая категория, изучающая экономические ресурсы хозяйствующих субъектов в плановом периоде.

Вопрос № 2: Сущность планирования проявляется в его:

- а) принципах;
- б) функциях;
- в) методах;
- г) уровнях управления.

Вопрос № 3: Бизнес-планирование является основой для:

- а) принятия управленческих решений;
- б) принятия норм и стандартов отчетности;
- в) разработки инновационных продуктов;

г) разработки организационной структуры предприятия.

Вопрос № 5: Отличительные черты индикативного планирования:

- а) директивный характер;
- б) маневренность в разработке, организации выполнения и контроле;
- в) рекомендательный характер;
- г) разработка и доведение планов до структурных подразделений и контроль за их выполнением

Вопрос № 6: Соответствие между типом планирования и его временной ориентацией:

- а) реактивное -
- б) инактивное -
- в) преактивное -
- г) интерактивное -

Вопрос № 7: По степени точности различают планирование:

- а) укрупненное;
- б) уточненное;
- в) оперативное;
- г) рекомендательное.

Вопрос №8: В рыночной экономике в масштабах общества план законом

.....

Вопрос №9: По экономическому назначению плановые показатели делятся на:

- а) объемные;
- б) лучшие;
- в) абсолютные;
- г) удельные.

Вопрос № 10: – это планомерное сочетание основных элементов системы планирования.

Вопросы для собеседования

1. Бизнес-планирование: понятие, виды, место в системе планирования на предприятии.
2. Отличительные особенности бизнес-планирования.
3. Цели, задачи, принципы, функции бизнес-планирования.
4. Понятия бизнес-плана и бизнес-проекта, их соотношение.
5. Общие требования и основные области применения бизнес-планов.
6. Пользователи бизнес-плана и участники процесса бизнес-планирования.
7. Структура бизнес-плана.
8. Основные подходы к бизнес-планированию.
9. Этапы разработки бизнес-плана.
10. Проектная группа (команда): понятие, особенности, цели, функциональные обязанности

Комплект заданий для контрольной работы

Вариант заданий, а также тема эссе выбирается по последней цифре зачетной книжки. Если последняя цифра 0, то выбирается 10 вариант.

Задание 1. Определить планируемые затраты на рекламу и пиар, если известно, что сумма затрат за отчетный период составила 3800 тыс. р. В плановом периоде ожидается рост тарифов на интернет рекламу, что вызовет дополнительные расходы в сумме 150 тыс.р., плановое увеличение заработной платы вызовет рост затрат на 180 тыс.р., внедрение нового оборудования позволит снизить расход сырья на производство рекламной продукции на 120 тыс.р. Другие факторы снизят расходы на 210 тыс.р. В отчетном периоде были допущены нетипичные затраты в сумме 80 тыс.р.

Задание 2. Определить планируемые затраты на рекламу, если известно, что планируется реализовать продукции 3800 единиц по 1200 р. за единицу. Намечаемая сумма прибыли от продаж – 1500 тыс.р.

Задание 3. Определить планируемые затраты на рекламу, если известно, что себестоимость единицы продукции по отраслям – 650 руб., объем деятельности данного предприятия на планируемый период – 10000 единиц продукции. Себестоимость единицы продукции данного предприятия – 675 руб.

Задание 4. Составить калькуляцию для бизнес-плана с учетом рекламы и пиара по открытию мини-пекарни по одному из видов продукции – белый хлеб. Необходимо определить полную себестоимость и отпускную цену одной тонны хлеба, а также отпускную цену единицу продукции весом 0,7 кг.

Нормы сырья для производства одной тонны белого хлеба составляют:

- мука 862 кг, стоимость 1 кг муки составляет 12 р.;
- соль – 10,3 кг, стоимость 1 кг соли составляет 5 р.;
- дрожжи – 9,2 кг, стоимость 1 кг дрожжей составляет 34 р.;
- масло растительное – 1,1 кг, стоимость 1 кг масла растительного составляет 56 р.

Остальные расходы на 1 тонну продукции составят:

- прочие материалы – 630 р.;
- расходы на топливо – 510 р.;
- заработная плата производственных работников – 942 р.;
- прочие – 250 р.

По прогнозу косвенные расходы в целом по предприятию составят 12420 тыс.р. Доля косвенных расходов, приходящихся на хлеб составит - 12%.

Рентабельность производства – 15%.

Задание 5. Определить емкость рекламного рынка зубной пасты Хабаровского края исходя из следующих данных: - норма расхода зубной пасты в день – 20 грамм; - численность населения (по окончательным итогам всероссийской переписи населения 2020 года) составила? человек; - количество пользующихся зубной пастой – 85%.

Задание 6. Руководство предприятия планирует выйти на новый рынок продукции. Ставится вопрос о целесообразности этого решения и необходимости разработки бизнес-плана с учётом рекламы и пиара. Необходимо оценить потенциал выхода на рынок, рассчитав долю концентрации в отрасли и индекс Херфиндела-Хиршмана

Задание 7. Провести сравнительный анализ уровня цен на продукцию ОАО «Свет» и его конкурентов на рынке электроламп. По результатам анализа сделать предложения по формированию ценой политики предприятия с учетом расходов на рекламу и пиар

Задание 2. Напишите эссе на одну из следующих тем:

1. «Недостаточно просто выжить; цель состоит в том, чтобы добиться успеха»
2. Реклама должна быть новостью. Если она не новость, она бесполезна.
Адолф Охс (1858-1935), американский издатель, основатель газеты «Нью-Йорк таймс»
3. Единственные настоящие поэты нашего времени служат в рекламных агентствах.
Теннесси Уильям
4. Лучшее определение понятия «Паблсити»: Пусть хвалит тебя другой, а не уста твои, — чужой, а не язык твой.
Библия-Притчи, 27,2
5. «Почему, захватив львинную долю рынка, вы продолжаете активно рекламировать вашу жевательную резинку?» — «Неужели вы думаете, что я могу заглушить мотор на скорости 90 миль в час?»
Ответ американского бизнесмена Филипа К. Ригли (1894-1977)
6. Реклама — двигатель торговли: сотня двигает, один торгует.
Хенрик Ягодзиньский (р.1928), польский литератор
7. Делать деньги без рекламы может только монетный двор.
Томас Маколей, английский историк
8. Чтобы продать товар один раз, нужна хорошая упаковка. Но чтобы продать товар второй раз, нужно, чтобы это был хороший товар.
Сильвия Чиз(р. 1956), бельгийская журналистка
9. Сворачивать рекламу, чтобы сберечь деньги, — все равно что останавливать часы, чтобы сберечь время. Из книги Э.Маккензи «14000 фраз...»
10. Вообще говоря, мои дети не едят ничего, что не танцует по телевизору.
Эрма Бомбек(1927-1996), американская писательница

Задания для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Бизнес-планирование: понятие, виды, место в системе планирования на предприятии.
2. Отличительные особенности бизнес-планирования.
3. Цели, задачи, принципы, функции бизнес-планирования.
4. Понятия бизнес-плана и бизнес-проекта, их соотношение.
5. Общие требования и основные области применения бизнес-планов.
6. Пользователи бизнес-плана и участники процесса бизнес-планирования.
7. Структура бизнес-плана.
8. Основные подходы к бизнес-планированию.
9. Этапы разработки бизнес-плана.
10. Проектная группа (команда): понятие, особенности, цели, функциональные обязанности.
11. Сущность и особенности концептуальной стадии бизнес-планирования.
12. Методика проведения предпроектных исследований.
13. Формирование идеи и концепции бизнес-проекта.
14. Определение стратегических целей и задач бизнес-проекта, его отличительных особенностей.
15. Резюме бизнес-плана: определение, структура, особенности написания.
16. Формирование графика разработки и реализации бизнес-плана.
17. Методика проведения многовариантных плановых расчетов.
18. Порядок реализации бизнес-плана.
19. Оценка процесса бизнес-планирования: основные подходы, критерии, показатели.
20. Порядок контроля реализации бизнес-проекта.

21. Цели, задачи и требования к презентации бизнес-плана.
22. Организация проведения презентации бизнес-плана.
23. Инжиниринг и реинжиниринг в бизнес-планировании.
24. Характеристика раздела «Сущность проекта».
25. Значение анализа внешней среды при разработке бизнес-плана.
26. Определение рынка сбыта и его емкости.
27. Порядок проведения маркетинговых исследований по бизнес-проекту.
28. Формирование информационной базы по бизнес-проекту в целях проведения исследований.
29. Оценка состояния и перспектив развития рынка сбыта (отрасли).
30. Сегментация рынка сбыта и определение целевого сегмента.
31. Характеристика целевого потребителя: количественные и качественные параметры.
32. Порядок анализа конкурентной среды бизнес-проекта.
33. Методы анализа конкурентной среды бизнес-проекта.
34. Обоснование маркетинговой стратегии бизнес-проекта.
35. Порядок выбора и разработки товара, определение его конкурентных преимуществ.
36. Обоснование канала сбыта товара и критерии отбора посредников.
37. Порядок расчета конечной цены на товар.
38. Политика продвижения товара.
39. Формирования рекламной кампании.
40. Расчет бюджета расходов на маркетинг.
41. Понятие плана сбыта продукции.
42. Порядок разработка плана сбыта продукции.
43. Состав объема реализованной продукции.
44. Методы планирования объема сбыта продукции.
45. Обоснование цены на товар.
46. Влияние сезонности и других факторов на объем сбыта.
47. Методы расчета планового дохода от реализованной продукции.
48. Понятие и особенности производственного плана.
49. Характеристика особенностей производственного процесса.
50. Описание производственной базы проекта.
51. Обоснование производственной мощности предприятия.
52. Планирование объема выпуска продукции на многовариантной основе.
53. Характеристика материальных ресурсов бизнес-проекта и организация взаимодействия с поставщиками.
54. Расчет потребности в материальных ресурсах.
55. Порядок формирования производственной себестоимости продукции.
56. Расчет плановой калькуляции продукции.
57. Методы определения общего размера плановых затрат.
58. Организация контроля качества продукции.
59. Понятие и цели разработки организационного плана.
60. Обоснование организационно-правовой формы бизнес-проекта.
61. Формирование оптимальной организационной структуры.
62. Кадровая политика: характеристика, порядок найма, критерии отбора персонала.
63. Определение штатного расписания по бизнес-проекту.
64. Характеристика высшего руководства.
65. Система стимулирования труда персонала.
66. Методика планирования фонда заработной платы.
67. Расчет плановой величины расходов на оплату труда.
68. Финансовый план: содержание, цели разработки, основные элементы.
69. План доходов и расходов.
70. Методы расчета плановой прибыли по бизнес-проекту.

71. План движения денежных средств.
72. Порядок определения планового чистого денежного потока проекта.
73. Прогнозный баланс активов и пассивов.
74. Определение критического и оптимального объема сбыта продукции. Построение графика безубыточности.
75. Расчет показателей эффективности хозяйственной деятельности по проекту.
76. Понятие и особенности инвестиционного плана.
77. Обоснование потребности в инвестиционных ресурсах на организацию бизнес-проекта и определение источников финансирования.
78. Выбор схемы финансирования проекта.
79. Расчет стоимости инвестиционного капитала.
80. Разработка графика погашения займа.
81. Статические методы анализа эффективности вложений в бизнес-проект.
82. Динамические методы анализа эффективности вложений в бизнес-проект.
83. Риски бизнес-проекта: понятие, виды, характерные черты.
84. Система управления рисками: понятие, элементы.
85. Этапы формирования системы управления рисками.
86. Зоны (области) рисков для проекта.
87. Вероятность рисков событий: понятие, виды, показатели оценки.
88. Методы оценки рисков бизнес-проекта.
89. Анализ чувствительности бизнес-проекта.
90. Имитационное моделирование в анализе рисков бизнес-проекта.
91. Способы предотвращения рисков и нейтрализации их последствий.
92. Цели и область использования программных продуктов в бизнес-планировании.
93. Возможности и ограничения программных продуктов в бизнес-планировании.
94. Основные программные продукты для бизнес-планирования: характерные черты и особенности использования.
95. Project Expert: характеристика, возможности использования, порядок работы.

Образец экзаменационного билета:

Вопрос 1. Оценка состояния и перспектив развития рынка сбыта

Вопрос 2. Основные программные продукты для бизнес-планирования: характерные черты и особенности использования.

Задания (реализуются в форме практической подготовки)

Тема: Оценка рисков бизнес-проекта в рекламе и связях с общественностью.

1. Основные риски бизнес-проекта: понятие, виды, характерные черты.
2. Система управления рисками: понятие, элементы, этапы формирования.
3. Выделение зон (областей) рисков для проекта.
4. Вероятность рисков событий. Объективная и субъективная вероятность.
5. Порядок определения вероятности возникновения риска.
6. Методы оценки рисков бизнес-проекта.
7. Анализ чувствительности.
8. Использование имитационного моделирования в оценке. Способы предотвращения рисков и нейтрализации их последствий.

