

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины
БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ И НЕТВОРКИНГ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.16
Трудоемкость в зачетных единицах:	8 семестр - 3;
Часов (всего) по учебному плану:	108 часов
Лекции	не предусмотрено учебным планом
Практические занятия	8 семестр - 56 часа;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	проводится в рамках часов аудиторных занятий
Самостоятельная работа	8 семестр - 51,7 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая: Тестирование Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Зачет с оценкой	8 семестр - 0,3 часа;

Москва 2025

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: формирование системы знаний, навыков и умений по бизнес-коммуникациям, современные особенности этики и этикета делового общения, техники и механики эффективных коммуникаций.

Задачи дисциплины

- познакомить обучающихся с назначением, с целями и задачами бизнес-коммуникаций;
- научить разрабатывать бизнес-план создания и развития новых организаций, направлений деятельности, продуктов и услуг;
- познакомить обучающихся со структурой, содержанием разделов, требованиями и принципами составления бизнес-планов.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	ИД-1 _{пк-1} Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии	знать: - ключевые составляющие эффективной коммуникации. уметь: - выстраивает результативное общение с учетом каналов коммуникации.
пк-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации	ИД-2 _{пк-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию	знать: - иницирует, выстраивает и поддерживает деловые контакты на разных уровнях. уметь: - находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Медиа коммуникации и дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания
				Контактная работа							СР			
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль	
КПР	ГК	ИККП	ТК											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Бизнес-коммуникации и нетворкинг	15.7	8	-	-	8	-	-	-	-	-	7.7	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Бизнес- планирование" <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Бизнес-планирование" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], 1-160
1.1	Общая концепция и основы: бизнес- коммуникации и нетворкинг	15.7		-	-	8	-	-	-	-	-	7.7	-	
2	Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг	30		-	-	16	-	-	-	-	-	14	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Повторение материала по разделу "Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг" <u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг" <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], 5-67
2.1	Определение инновационного проекта	15		-	-	8	-	-	-	-	-	7	-	
2.2	Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг	15		-	-	8	-	-	-	-	-	7	-	
3	Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес- коммуникациях	30		-	-	16	-	-	-	-	-	14	-	<u>Самостоятельное изучение теоретического материала:</u> Изучение дополнительного материала по разделу "Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании" <u>Подготовка к текущему контролю:</u>
3.1	Роль конкуренции в	15		-	-	8	-	-	-	-	-	7	-	

3.2 Краткое содержание разделов

1. Бизнес-коммуникации и нетворкинг

1.1. Общая концепция и основы: бизнес-коммуникации и нетворкинг

Особенности планирования в условиях рыночных отношений. Понятие, сущность, структура, назначение и формирование бизнес-плана. Цель и задачи бизнес-плана. Порядок разработки бизнес-плана. Рекомендации к составлению бизнес-плана. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов. Программные средства разработки бизнес-плана.

2. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг

2.1. Определение инновационного проекта

Классификация инноваций. Ожидаемые экономические и финансовые выгоды организации. Основные этапы жизненного цикла проекта. Экспертиза инновационных проектов. Возможные источники финансирования проекта. Состав мероприятий по реализации бизнес-плана проекта.

2.2. Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг

Новые виды продукции и услуг в результате реализации проекта. Основные сведения о товаре (услуге): потребности, удовлетворяемые товаром; показатели качества; экономические показатели; внешнее оформление товара; патентные права, показатели экспорта и его возможности; необходимость сертификации.

3. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях

3.1. Роль конкуренции в бизнес-планировании

Конкуренция и её виды. Как вести конкурентную борьбу. Оценка конкурентоспособности продукции и услуг. Сравнительная оценка эффективности деятельности конкурентов и организации. Улучшение конкурентных позиций организации.

3.2. Маркетинговые исследования в бизнес-планировании

Стратегия маркетинга. Методики исследования рынка. Изучение и сегментация потребителей. Определение ёмкости потребительского рынка. Факторы положения организации на рынке. Товарная и ассортиментная политика. Ценовая политика. Схема распространения товаров (услуг). Методы стимулирования сбыта. Организация послепродажного обслуживания. Рекламная деятельность. Бюджет маркетинга.

4. Работа с подрядными организациями. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга

4.1. Планирование производства

Местонахождение организации. Объём выпуска продукции. Производственные мощности. Долгосрочные активы. Технология производства. Материальное обеспечение производства.

4.2. Организация, управление, кадры в бизнес-планировании

Организационная структура. Требования к руководящему составу. Управление и реализация проекта. Определение численности и отбора кадров. Мотивация трудовой деятельности и социальная инфраструктура. Система повышения квалификации сотрудников

организации. Юридический план. Правовые аспекты осуществления проекта. Подготовка юридических документов (лицензии, договоры, патенты, контракты, и т.д.). Оформление совместной деятельности с другими организациями.

3.3. Темы практических занятий

1. Общая концепция бизнес-коммуникаций;
2. Определение инновационного проекта;
3. Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг;
4. Роль конкуренции в бизнес-коммуникациях;
5. Маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях;
6. Планирование производства;
7. Организация, управление, кадры в бизнес-коммуникациях;
8. Финансовые показатели организации в бизнес-коммуникациях;
9. Учёт фактора риска в бизнес-коммуникациях.

3.4. Темы лабораторных работ не предусмотрено

3.5 Консультации

Аудиторные консультации по курсовому проекту/работе (КПР)

1. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг"
2. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании"
3. Консультации направлены на выполнение разделов курсового проекта под руководством наставника (преподавателя). В рамках часов на групповые консультации разбираются наиболее важные части расчетных заданий раздела "Планирование производства. Организация, управление и кадры"

Текущий контроль (ТК)

1. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Бизнес-планирование"
2. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг"
3. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании"
4. Консультации направлены на получение индивидуального задания для выполнения контрольных мероприятий по разделу "Планирование производства. Организация, управление и кадры"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)				Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	
Знать:						
ключевые составляющие эффективной коммуникации	ИД-1 _{пк-1}	+				Тестирование/Бизнес-коммуникации и нетворкинг
инициирует, выстраивает и поддерживает деловые контакты на разных уровнях	ИД-2 _{пк-1}		+			Тестирование/Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг
Уметь:						
выстраивает результативное общение с учетом каналов коммуникации	ИД-1 _{пк-1}			+		Контрольная работа/Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях
находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею	ИД-2 _{пк-1}				+	Контрольная работа/Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

8 семестр

Форма реализации: Письменная работа

1. Бизнес-коммуникации и нетворкинг (Тестирование)
2. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)
3. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях (Контрольная работа)
4. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Зачет с оценкой (Семестр №8)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих

В диплом выставляется оценка за 8 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Г. Петерсил- "Новый код нетворкинга", Издательство: "Интеллектуальная Литература", Москва, 2018 - (160 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495620>;
2. Покровская, Е. А. Бизнес-коммуникации : учебное пособие для вузов / Е. А. Покровская, И. Б. Лобанов . – М. : Дашков и К° ; Ростов-на-Дону : Наука-Пресс, 2010 . – 286 с. - ISBN 978-5-394-00660-9 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Office / Российский пакет офисных программ;
2. Windows / Операционная система семейства Linux;
3. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории,	Оснащение
---------------	------------------	-----------

	наименование	
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-914, Учебная аудитория	парта, стол преподавателя, стул, доска меловая, компьютерная сеть с выходом в Интернет
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Лекционная аудитория	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул, инвентарь учебный, книги, учебники, пособия, архивные документы

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-коммуникации и нетворкинг

(название дисциплины)

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Бизнес-коммуникации и нетворкинг (Тестирование)
 КМ-2 Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)
 КМ-3 Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях (Контрольная работа)
 КМ-4 Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
		Неделя КМ:	4	8	12	16
1	Бизнес-коммуникации и нетворкинг					
1.1	Общая концепция и основы: бизнес-коммуникации и нетворкинг		+			
2	Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг					
2.1	Определение инновационного проекта			+		
2.2	Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг			+		
3	Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях					
3.1	Роль конкуренции в бизнес-планировании				+	
3.2	Маркетинговые исследования в бизнес-планировании				+	
4	Работа с подрядными организациями. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга					
4.1	Планирование производства					+
4.2	Организация, управление, кадры в бизнес-планировании					+
Вес КМ, %:			25	25	25	25