

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

Е.Ф.Киреева

28.04

2023

Регистрационный № УД 5389-23 /уч.

Функционально-стоимостный анализ в рекламе

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-26 02 06 «Рекламная деятельность»,
6-05-0412-05 «Рекламная деятельность»

Учебная программа составлена на основе типового учебного плана по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» №Е26-1-005/пр-тип., утвержденного 16.05.2021, и примерного учебного плана по специальности 6-05-0412-05 «Рекламная деятельность» №6-05-04-008/пр., утвержденного 02.12.2022.

СОСТАВИТЕЛИ:

Синявская О.А., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Самойлов М.В., доцент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат технических наук, доцент;

Трушкевич Н.Л., ассистент кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Железко Б.А., доцент кафедры «Маркетинг» Белорусского национального технического университета, кандидат технических наук, доцент;

Сербул И.Т., доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №9 от 20.03.2023)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 6 от 26.04 .2023).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая учебная программа разработана в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом высшего образования по специальности «Рекламная деятельность».

Цель учебной дисциплины – обучить студентов основам теории и практики проведения функционально-стоимостного анализа (далее – ФСА), выработать у них навыки использования методик и алгоритмов проведения функционально-стоимостного анализа рекламы.

Основными задачами учебной дисциплины является определение ключевых проблем экономии ресурсов при решении задач продвижения продукции, повышения эффективности рекламы, формирование профессиональной компетенции в области ресурсосбережения в рекламной деятельности.

В процессе изучения учебной дисциплины студенты получают теоретические знания по методологическим основам ФСА, приобретают умения и определенные навыки в области анализа затрат и оценки уровня значимости функций рекламы, определения соответствия ее затрат и функций.

Выпускник должен обладать следующей базовой профессиональной компетенцией, быть способным:

БПК-12. Использовать в рекламной деятельности методологию функционально-стоимостного анализа товаров и бизнес-процессов для оптимизации полезности и стоимости их функций.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

знать:

- сущность функционально-стоимостного анализа и его отличия от традиционных методов экономического анализа;
- принципы и цели ФСА;
- методы структурного, функционального и функционально-стоимостного описания объекта анализа;
- основные направления использования ФСА в рекламной деятельности;
- возможности использования ФСА при разработке товарной и ценовой стратегии предприятия;
- методы функционально-стоимостной оценки выпускаемой продукции и рекламного продукта;
- формы ФСА;
- этапы проведения ФСА;
- методы оценки функций объекта анализа;
- методы анализа функциональной организованности объекта анализа;
- факторы, формирующие затраты на производство, продвижение и эксплуатацию объектов ФСА;
- методы оценки и распределения затрат на функции;
- методы выбора оптимального варианта исполнения функций;

– возможности использования ФСА в оптимизации процессов управления товародвижением, рекламы выпускаемой продукции и рекламной деятельности организации.

уметь:

- выявлять функции объекта анализа;
- строить структурную и функциональную модели объекта, функционально-стоимостную диаграмму;
- рассчитывать значимость (приоритетность) функций объекта анализа;
- проводить анализ затрат на рекламу;
- оценивать затраты на рекламу и распределять их по функциям;
- проводить поиск новых решений по совершенствованию объекта методами ассоциаций и аналогий, «мозгового штурма», морфологического анализа и т.д.;
- давать сравнительную оценку вариантов реализации функций объекта с целью выбора оптимального варианта;

иметь навыки:

- проведения функционально-стоимостного анализа в рекламе;
- обоснования и выбора оптимальных научных, технических, экономических и организационных решений в рекламной деятельности;
- использовать на практике методы активизации творчества;
- определять экономическую эффективность ФСА в рекламной деятельности.

Межпредметные связи учебной дисциплины «Функционально-стоимостный анализ в рекламе» заключаются в том, что полученные в ходе ее изучения знания, умения и навыки необходимы для изучения учебной дисциплины «Инновации и креатив в рекламе». Также учебная дисциплина «Функционально-стоимостный анализ в рекламе» изучается параллельно с учебной дисциплиной «Исследования в рекламной деятельности» и дополняет ее в части исследования качества рекламных продуктов, их функций и затрат на их создание.

Самостоятельная работа предполагает изучение теоретического материала на основе списка источников, приведенного в данной программе, а также подготовку к лабораторным работам и практическим занятиям.

Всего часов по учебной дисциплине – 120, из них:

- на дневной форме обучения всего часов аудиторных – 68, в том числе 26 часов – лекции, 16 часов – лабораторные занятия, 26 часов – практические занятия;
- на заочной форме обучения (сокращенный срок обучения) всего часов аудиторных – 14, в том числе 4 часа – лекции, 4 часа – лабораторные занятия, 6 часов – практические занятия.

На дневной форме обучения предусмотрена управляемая самостоятельная работа студентов (УСРС) в объеме 6 часов лекций, 6 часов практических занятий, 6 часов лабораторных занятий.

Форма текущей аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Сущность и основные принципы функционально-стоимостного анализа

Сущность функционально-стоимостного анализа. Роль и место ФСА в системе рыночных отношений предприятия. Понятие функционального подхода к анализу объекта. Отличие ФСА от традиционных методов экономического анализа. История развития и опыт применения ФСА в различных странах.

Принципы и цели ФСА. Значение ФСА для повышения качества изделий, процессов и снижения затрат на их создание и эксплуатацию. Объекты ФСА. ФСА при выдвижении новых идей, анализе продукта, услуги. ФСА при формировании издержек и цены новой продукции. ФСА при оценке уровня конкурентоспособности продукции. Особенности ФСА управленческих процессов. Реклама как объект ФСА.

Основные понятия ФСА. Понятие функции в теории ФСА. Классификации функций: по принципу иерархии (главная, основные, вспомогательные), с методологической точки зрения (действующие, требуемые, отсутствующие, ненужные). Понятие излишних функций. Функциональная организованность, функциональная отдача, качество исполнения функций. Излишние затраты, основные причины их возникновения.

Методы построения моделей объекта (структурного, функционального и структурно-функционального описания объекта). Структурная и структурно-элементная модель объекта. Правила построения функциональной модели. Функционально-структурная модель объекта. Функционально-стоимостная диаграмма. Связь функций с производственными затратами. Соответствие затрат и функций объекта. Дефектные функциональные зоны.

Тема 2. Содержание работ по проведению функционально-стоимостного анализа

Формы ФСА: корректирующая (в сфере производства), творческая (в сфере проектирования), инверсная форма (в сфере применения). Отличительные особенности форм ФСА и методики их реализации, специфика для рекламной деятельности.

Основные этапы ФСА.

Подготовительный этап. Выбор объекта анализа. Создание исследовательской рабочей группы.

Информационный этап. Информационная база ФСА. Порядок подготовки, сбора и систематизации информации об объекте ФСА и его аналогах. Изучение объекта и его аналогов. Составление структурной модели объекта (изделия). Изучение технологии создания изделия и условий его эксплуатации. Определение затрат и их структуры на стадиях разработки производства и использования объекта ФСА. Определение первоочередных зон анализа.

Аналитический этап. Формулирование функций объекта и его элементов. Группировка функций. Построение функциональной модели объекта (изделия). Оценка значимости функций. Построение совмещенной (функционально-

структурной) модели объекта. Классификация анализируемых затрат. Поэлементный анализ затрат. Оценка затрат, связанных с осуществлением функций. Анализ значимости функций.

Творческий этап. Поиск новых решений. Выработка предложений по совершенствованию объекта (изделия). Систематизация предложений по функциям. Проработка выдвинутых идей, формирование и предварительный отбор наиболее целесообразных вариантов.

Исследовательский этап. Сравнительная оценка вариантов реализации функций изделия. Отбор наиболее рациональных вариантов для реализации. Создание опытных образцов.

Рекомендательный этап. Обсуждение и оформление рекомендаций по результатам проведения ФСА.

Этап внедрения результатов ФСА. Разработка научно-технической и проектной документации по модификации выпускаемого изделия или созданию нового. Подготовка и освоение производства разработанного изделия.

Тема 3. Методы оценки функций

Общая характеристика методов оценки функций. Основные расчетные операции при оценке функций.

Экспертные методы и сфера их использования при проведении ФСА в рекламе. Методы индивидуальных экспертных оценок. Метод интервью. Аналитические экспертные оценки. Метод предпочтения. Метод расстановки приоритетов. Методы коллективной экспертизы. Методы оценки качества исполнения функций. Единичные и комплексные показатели качества. Внешние и внутренние характеристики качества.

Функциональная организованность объекта анализа. Анализ и оценка избыточности и недостаточности функциональных возможностей изделия. Принципы актуализации, сосредоточения, совместимости и гибкости функций. Частные показатели функциональной организованности.

Тема 4. Формирование функционально необходимых затрат

Виды затрат и их изменение по этапам жизненного цикла изделия. Капитальные и текущие затраты, их увязка с функциональными особенностями изделия. Производственные и эксплуатационные функционально необходимые затраты. Понятие и состав приведенных затрат.

Факторы, формирующие стоимостные оценки. Эксплуатационные факторы. Конструктивно-технологические факторы. Организационно-экономические факторы. Особенности воздействия факторов на разных этапах жизненного цикла изделия.

Классификация методов определения стоимостных характеристик изделия. Использование стоимостных оценок в зависимости от этапа ФСА. Методы оценки и распределения затрат на функции. Метод структурной аналогии. Метод удельных затрат. Метод баллов. Определение допустимых производственных затрат на функцию при изготовлении нового изделия.

Тема 5. Организация творческого поиска новых решений при проведении ФСА

Закономерности познавательной деятельности. Творческое мышление как основа поиска новых решений. Понятие и классификация методов поиска решений. Цели и методология поиска новых решений. Информационный поиск. Патентный поиск.

Эвристические методы поиска новых творческих решений. Источники для генерирования новых идей (ассоциации, метафоры). Метод ассоциаций и аналогий и его разновидности. Виды ассоциаций. Метод фокальных объектов. Метод мозгового штурма и правила его проведения. Метод синектики. Конференция идей и ее разновидности. Метод коллективного блокнота. Метод морфологического анализа.

Алгоритмические методы направленного поиска. Теория и алгоритмы решения изобретательских задач (ТРИЗ, АРИЗ). Формулировка моделей и анализ задач. Методы поиска идеальных конечных результатов. Приемы разрешения (устранения) противоречий в технических и организационно-экономических системах. Таблица устранения технических противоречий. Стандарты решения задач. Вещественно-полевой анализ. Указатель физических эффектов. Методы развития творческого воображения.

Тема 6. Сравнительная оценка вариантов реализации функций изделия

Критерии оценки вариантов исполнения функций объекта анализа. Соотношение качества изделия и затрат. Показатель интегрального качества. Обобщенный (комплексный) показатель качества. Комплексный показатель несовершенства. Показателя приведенных затрат за весь срок службы объекта. Методы их расчета и направления использования в рекламной деятельности. Техничко-экономическая оценка функций. Оценка качества исполнения функций.

Оптимизационные математические методы оценки вариантов исполнения изделия и его функций. Понятие оптимизации и критерия оптимальности в теории ФСА. Математическая постановка задачи выбора оптимального варианта. Математическая модель оптимизации качества функций и затрат на них.

Методы экономической оценки проектов. Коэффициент сравнительной экономической эффективности капитальных вложений. Показатель срока окупаемости дополнительных капитальных затрат. Норматив эффективности дополнительных капитальных вложений. Дополнительный эффект от снижения себестоимости продукции при реализации более капиталоемкого варианта. Методы их расчета и использование в рекламной деятельности.

Тема 7. Организация проведения функционально-стоимостного анализа

Организация ФСА на предприятии. Условия для проведения ФСА. Организационные структуры служб ФСА. Подразделение ФСА на предприятии, его функции и формы взаимодействия с другими подразделениями предприятия. Исследовательские рабочие группы. Матричные организационные структуры ФСА. Особенности организации ФСА внешними консалтинговыми фирмами.

Мотивация при проведении ФСА. Система материального стимулирования специалистов. Виды материального и психологического стимулирования.

Требования к специалисту по ФСА. Специальные знания и способности к творческой работе.

Тема 8. Функционально-стоимостный анализ как инструмент рекламной деятельности

Место ФСА в системе рекламной деятельности. Основные направления использования ФСА в рекламной деятельности. Возможности использования ФСА для совершенствования рекламного продукта, рационализации средств рекламы и процесса организации рекламной деятельности.

Применение функционального подхода в рекламной деятельности. Главная и второстепенные функции рекламы. Правила учета функций рекламы при создании рекламных сообщений. Анализ сметы затрат на рекламу, выявление наиболее затратных видов рекламы. Критерии оценки рекламы. Обоснование выбора оптимального средства рекламы.

Оценка рекламного продукта с помощью ФСА. Особенности анализа различных видов рекламного продукта (материального, текстового, аудио, визуального и др.). Формирование затрат на рекламный продукт. Влияние затрат на рекламу на формирование цены на новую продукцию. Построение функционально-структурной модели и определение направлений совершенствования рекламного продукта.

Использование ФСА для рационализации организационных структур, занимающихся рекламой. Изучение функций организационной системы (предприятия, отдельного подразделения, например, службы рекламы, рекламного агентства), установление их значимости и уровня выполнения. Определение затрат на обеспечение функций. Разработка проекта оптимального варианта организационной структуры.

Тема 9. Эффективность функционально-стоимостного анализа в рекламе

Факторы, определяющие эффективность ФСА в рекламе. Зависимость эффекта от проведения ФСА с его масштабами и целями. Оценка эффективности внедрения результатов ФСА в рекламе путем сопоставления качества ее выполнения с затратами. Количественные и качественные составляющие эффекта ФСА.

Расчет экономической эффективности на этапе оценки результатов ФСА. Показатели эффективности ФСА в рекламе. Прибыль, получаемая до внедрения рекомендаций ФСА. Прибыль, полученная за счет внедрения рекомендаций ФСА. Экономия рекламодателя. Экономия потребителя. Прибыль под воздействием рекламы. Рентабельность рекламы. Психологическая (коммуникативная) эффективность. Степень привлечения внимания к наружной рекламе. Методы их расчета. Особенности определения эффективности результатов ФСА рекламы для рекламодателя и для потребителя.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Функционально-стоимостный анализ в рекламе»
 ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Номер раздела,	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лекции	ПЗ (СЗ)	ЛЗ		
1	Сущность и основные принципы функционально-стоимостного анализа	4	2		2				[1-4, 5-8, 10, 12]	Отчет по лабораторной работе
2	Содержание работ по проведению функционально-стоимостного анализа	2	2						[1, 6, 8-10]	
3	Методы оценки функций	2	2		4				[1, 6, 8-12]	Контрольная работа
4	Формирование функционально необходимых затрат	2	2						[1, 5, 6, 11]	
5	Организация творческого поиска новых решений при проведении ФСА	2	4		2	2	2	2	[2, 5, 6, 12]	Тест, отчет по лабораторной работе, решение задач
6	Сравнительная оценка вариантов реализации функций изделия	2	2			2	2	2	[1, 2, 5-7, 9, 14]	Контрольная работа, тест, отчет по лабораторной работе, решение задач
7	Организация проведения функционально-стоимостного анализа	2	2						[1, 5, 6, 13]	
8	Функционально-стоимостный анализ как инструмент рекламной деятельности	2	2						[2-4, 7, 11, 13]	
9	Эффективность функционально-стоимостного анализа в рекламе	2	2		2	2	2	2	[2-7, 10]	Контрольная работа, тест, отчет по лабораторной работе, решение задач
	Итого	20	20		10	6	6	6		Экзамен

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Функционально-стоимостный анализ в рекламе»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(СОКРАЩЕННЫЙ СРОК ОБУЧЕНИЯ)

Номер раздела,	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Лекции	ПЗ (СЗ)			ЛЗ
1	Сущность и основные принципы функционально-стоимостного анализа	1						[1-4, 5-8, 10, 12]		
2	Содержание работ по проведению функционально-стоимостного анализа	1						[1, 6, 8-10]		
3	Методы оценки функций				1			[1, 6, 8-12]	Отчет по лабораторной работе	
4	Формирование функционально необходимых затрат		2					[1, 5, 6, 11]		
5	Организация творческого поиска новых решений при проведении ФСА		1		2			[2, 5, 6, 12]	Отчет по лабораторной работе	
6	Сравнительная оценка вариантов реализации функций изделия		1		1			[1, 2, 5-7, 9, 14]	Отчет по лабораторной работе	
7	Организация проведения функционально-стоимостного анализа		1					[1, 5, 6, 13]		
8	Функционально-стоимостный анализ как инструмент рекламной деятельности	1	1					[2-4, 7, 11, 13]		
9	Эффективность функционально-стоимостного анализа в рекламе	1						[2-7, 10]		
	Итого	4	6		4				Экзамен	

* в разделе Иное записывается литература в квадратных скобках.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Функционально-стоимостный анализ в рекламе»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделами, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к лабораторным и практическим занятиям с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Шеремет, А. Д. Функционально-стоимостный анализ: учебное пособие / А. Д. Шеремет, А. П. Ковалев; под ред. А. Д. Шеремета. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова; Проспект, 2022. – 208 с.
2. Рыжова, В. В. Применение функционально-стоимостного анализа в решении управленческих задач: учебное пособие / В. В. Рыжова. – М.: Инфра-М, 2022. – 245 с.
3. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. - Минск : БГЭУ, 2020. - 541 с.
4. Ромат, Е. Реклама: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 9-е изд. – СПб: Питер, 2022. – 544 с.

Дополнительная:

5. Баско, И. М. Функционально-стоимостный анализ: практикум / И. М.Баско, Н. Л. Трушкевич. – Минск: БГЭУ, 2014. – 141 с.
6. Баско, И. М. Функционально-стоимостный анализ: учеб.-метод. пособие / И. М.Баско – Минск: БГЭУ, 2010. – 99 с.
7. Кузьмина, О.Н. Функционально-стоимостный анализ в решении организационно-управленческих задач. Теоретические основы и методика проведения: монография / О. Н. Кузьмина. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 102 с.
8. Косых, Д. А. Функционально-стоимостной анализ: методические указания / Д. А. Косых; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2018. – 59 с.

9. Бурганов, Р. А. Функционально-стоимостный анализ (краткий курс лекций): учебное пособие / Р. А. Бурганов. – Казань: Казан. гос. энерг. ун-т, 2015. – 82 с.

10. Функционально-стоимостный анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.Б. Никитина. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2021. – 2,01 Мб; 100 с. – Режим доступа: www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/nikitina-funkcionalno-stoimostnyj-analiz.pdf. – Дата доступа: 20.03.2023.

11. Гордашникова, О.Ю. Функционально-стоимостный анализ качества продукции и управления маркетингом на предприятии / О. Ю. Гордашникова. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 86 с.

12. Каплан, Р. С. Функционально-стоимостной анализ: практическое применение: [пер. с англ.] / Р. С. Каплан. – М. [и др.]: Вильямс, 2008. – 344 с.

13. Полякова, И. А. Функционально-стоимостной анализ и социально-экономическая эффективность системы управления персоналом: учебно-методическое пособие / И. А. Полякова; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д: ФГБОУ ВО РГУПС, 2017. – 67 с.

14. Трушкевич, Н. Л. Функционально-стоимостный анализ конкурентоспособности продукции / Н. Л. Трушкевич // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость: материалы VIII Международной научно-практической конференции, Минск, 21-22 мая 2015 г. В 2 т. Т. 2. – Минск: БГЭУ, 2015. – С. 128-129.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) ¹
Теория маркетинга	Кафедра маркетинга	нет	Протокол № 9 от «20» марта 2023

¹ При наличии предложений об изменениях в содержании учебной программы УВО.

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 20__ г.)

(название кафедры)

Заведующий кафедрой

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(И.О.Фамилия)