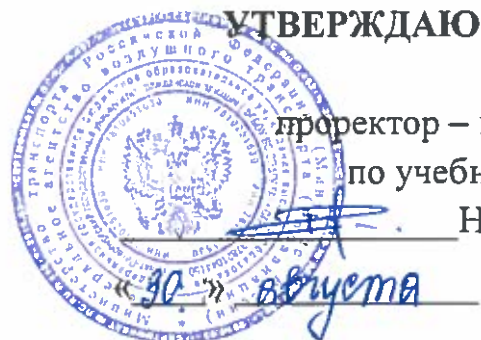


МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)



УТВЕРЖДАЮ

Первый

проректор – проректор

по учебной работе

Н.Н. Сухих

«30» августа 2017 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Направление подготовки
43.03.01 Сервис

Направленность программы (профиль)
Сервис в сфере воздушного транспорта

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения

очная

Санкт-Петербург
2017

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций бакалавра в сфере сервиса в отрасли (транспорт), конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных коммуникационных технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия сервиса в сфере воздушного транспорта.

Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать систему знаний о структурных закономерностях и специфике управления коммуникативных потоков различной структуры, об основных элементах интегрированных коммуникаций в рамках увеличения социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте, о маркетинговых коммуникациях, основных этапах планирования рекламной и PR-кампании предприятий сферы сервиса на воздушном транспорте;

- знакомство студентов с особенностями и видами устных и письменных форм интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- знакомство студентов с особенностями использования интегрированных коммуникаций в рамках взаимодействия с потребителем в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте;

- сформировать умения по выполнению аналитической и организационной работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных программ; проведению мероприятий по повышению имиджа организации сферы сервиса на воздушном транспорте; – привить навыки по анализу и формированию знаний и навыков управления коммуникативными потоками различной структуры предприятий сферы сервиса на воздушном транспорте.

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» обеспечивает подготовку выпускника к сервисной и организационно-управленческой видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса»

представляет собой дисциплину, относящуюся к Вариативной части дисциплин по выбору Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: «Иностранный язык».

Дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» является обеспечивающей для дисциплины «Социология».

Дисциплина изучается во 2 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1)	Знать: – особенности применения интегрированных коммуникаций в рамках увеличения социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Уметь: – анализировать этапы и закономерности исторического развития коммуникационной среды для осознания социальной значимости своей деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Владеть: – навыками использования интегрированных коммуникаций в целях осознания социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте.
Способностью к коммуникации в устной и письменных формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3)	Знать: – особенности и виды устных и письменных форм интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Уметь: – решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия при помощи интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте; Владеть: – навыками применения интегрированных коммуникаций

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	в устной и письменной формах в профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
Готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1)	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности использования интегрированных коммуникаций в рамках взаимодействия с потребителем в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать задачи организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками межличностного и межкультурного взаимодействия при помощи различных видов и форм интегрированных коммуникации в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.

4 Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы, 108 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестр
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	72,3	72,3
лекции	36	36
практические занятия	36	36
семинары	—	—
лабораторные работы	—	—
курсовая работа (проект)	—	—
Самостоятельная работа студента	27	27
Промежуточная аттестация:	9	9
контактная работа	0,3	0,3
самостоятельная работа по подготовке к зачету	8,7	8,7

5 Содержание дисциплины

5.1 Соотнесения тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-1	ОК-3	ПК-1		
Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях	19	+	–	+	ВК, Л, ПЗ, СРС, КС	УО, Сщ
Тема 2. PR-технологии: общая характеристика	15	+	–	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 3. Рекламные технологии: общая характеристика	15	+	+	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 4. Медиарилейшнз в системе PR-технологий	11	+	+	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете	11	+	+	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 6. Особенности организации и проведения рекламной кампании предприятия сервиса	11	+	+	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве	17	+	+	–	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ, З
Итого по дисциплине	99					
Промежуточная аттестация	9					
Всего по дисциплине	108					

Сокращения: Л – лекция, ПЗ - практические занятия, КС – круглый стол, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, УО – устный опрос, З – задание, Сщ – сообщение.

5.2. Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях	6	6	–	–	7	–	19

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 2. PR-технологии: общая характеристика	6	6	—	—	3	—	15
Тема 3. Рекламные технологии: общая характеристика	6	6	—	—	3	—	15
Тема 4. Медиарилейшнз в системе PR-технологий	4	4	—	—	3	—	11
Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете	4	4	—	—	3	—	11
Тема 6. Особенности организации и проведения рекламной кампании предприятия сервиса	4	4	—	—	3	—	11
Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве	6	6	—	—	5	—	17
Итого за семестр 2	36	36	—	—	27	—	99
Промежуточная аттестация в форме зачета							9
Всего по дисциплине							108

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, КР – курсовая работа, ЛР – лабораторные работы, С – семинары.

5.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях

Роль интегрированных коммуникаций в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия. Особенности организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций. Главные этапы и закономерности исторического развития интегрированных коммуникаций в рамках отечественных предприятий сервиса. Понятие об интегрированных маркетинговых коммуникациях. Понятие о товаре, товарном обмене, сделке. Общее представление о маркетинге, маркетинговых отношениях, целевой аудитории. Понятие комплекса коммуникаций. Понятие и основные элементы маркетинговых коммуникаций. Интегрированные коммуникации: суть, составляющие. Подходы к определению интегрированных коммуникаций (для самостоятельного изучения). Элементы определений интегрированных коммуникаций (для самостоятельного изучения). Особенности организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций (для самостоятельного изучения).

Отличия интегрированных коммуникаций от интегрированных маркетинговых коммуникаций (для самостоятельного изучения). Модель А. Гронштедта (для самостоятельного изучения). Основные элементы концепции интегрированных коммуникаций (для самостоятельного изучения). Понятия «общественность», «заинтересованные стороны» (для самостоятельного изучения). Роль коммуникации в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия (для самостоятельного изучения). Особенности применения интегрированных коммуникаций в рамках увеличения социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Особенности использования интегрированных коммуникаций в рамках взаимодействия с потребителем в контактной зоне в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 2. PR-технологии: общая характеристика

Социальные технологии как результат технологизации современного общества. Связи с общественностью как социальная технология. PR-технологии: сущность и особенности. Главные этапы и закономерности исторического развития PR-технологий. Признаки и критерии PR-технологии. Виды PR-технологий. Место корпоративных коммуникаций в PR-деятельности организации. Взаимосвязь корпоративных PR-коммуникаций с такими научными направлениями как корпоративное управление, коммуникационный менеджмент. Взаимосвязь корпоративных PR-коммуникаций с социологией управления, с социальным менеджментом, социологией организации. Функции PR-службы в работе с персоналом организации (для самостоятельного изучения).

Тема 3. Рекламные технологии: общая характеристика

Реклама в системе интегрированных коммуникаций. Функции рекламы. Роль рекламы в обществе. Реклама и связи с общественностью: сходство и различие. Главные этапы и закономерности исторического развития рекламы в России и зарубежом. Печатная реклама: функциональные особенности, формы и жанры. Реклама на радио и на телевидении. Виды наружной рекламы. Транзитная реклама. Рекламно-сувенирная продукция (для самостоятельного изучения). Выставочная и ярмарочная реклама (для самостоятельного изучения). Понятие и виды Интернет-рекламы (для самостоятельного изучения). Сущность и отличительные особенности и типология политической и социальной рекламы (для самостоятельного изучения). Правовые аспекты рекламной деятельности (для самостоятельного изучения). Рекламные агентства как субъекты рекламной деятельности (для самостоятельного изучения). Виды и структура рекламных агентств (для самостоятельного изучения). Особенности и виды устных и письменных форм интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и

межкультурного взаимодействия (для самостоятельного изучения).

Тема 4. Медиарилейшнз в системе PR-технологий

Медиарилейшнз как PR-технология. Специфика взаимодействия PR-структур с печатными и электронными СМИ. Структура взаимодействия журналистов и специалистов по связям с общественностью. Мероприятия для журналистов: виды мероприятий (брифинг, пресс-конференция, пресс-тур, круглый стол). Организация превью. Виды и формы эффективного информационного повода. Первичный PR-текст (для самостоятельного изучения). Жанры PR-текста (для самостоятельного изучения). Виды комбинированного PR-текста (для самостоятельного изучения). Пресс-кит, ньюс-кит и медиа-кит (для самостоятельного изучения). Структура пресс-кита (для самостоятельного изучения). Годовой отчет как PR-текст (для самостоятельного изучения). Виды брошюры (для самостоятельного изучения). Функции корпоративных медиа-ресурсов (для самостоятельного изучения). Специфика и назначение корпоративных изданий (для самостоятельного изучения). Корпоративное радио и телевидение (для самостоятельного изучения). Особенности использования корпоративных медиа-ресурсов в журналистской практике (для самостоятельного изучения). Медиарилейшнз в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия (для самостоятельного изучения).

Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете

Понятие и виды сайтов. Специфика сайта предприятия сервиса. Этапы создания сайта. Сайт организации как медиа-ресурс. Виды корпоративных сайтов. Основные ошибки при создании дизайна и структуры корпоративного сайта для внешней аудитории. Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы (для самостоятельного изучения). Типовые ошибки и угрозы, совершаемые при продвижении интернет-сайтов, методы их заблаговременного выявления и противодействия (для самостоятельного изучения). Сущность, назначение и принципы создания логотипа (для самостоятельного изучения). Эффективные и неэффективные логотипы (для самостоятельного изучения). Разработка логотипа IT-специалистом и PR-специалистом (для самостоятельного изучения). Этапы разработки логотипа: подготовительная, работа, разработка концепции логотипа, концепции и создание окончательного варианта логотипа, внедрение логотипа (для самостоятельного изучения). Программы для создания логотипа: Jetalogodesigner, LogoDesignStudio, LogoCreator (для самостоятельного изучения).

Тема 6. Особенности организации и проведения рекламной кампании предприятия сервиса

Понятие и этапы рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Модели рекламной кампании. Рекламная кампания в сети Интернет.

Особенности рекламной кампании в сервисной деятельности. Формирование бюджета рекламной кампании. Критерии оценки эффективности рекламной кампании (для самостоятельного изучения). Понятие рекламного текста (для самостоятельного изучения). Рекламный текст: структура и содержание (для самостоятельного изучения). Виды рекламного текста (для самостоятельного изучения). Специфика восприятия рекламного текста различными типами целевой аудитории (для самостоятельного изучения). Слоган и логотип как составляющие рекламного объявления (для самостоятельного изучения). Рекламная деятельность в рамках организации контактной зоны предприятия сервиса (для самостоятельного изучения).

Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве

Этапы работы: (предпроектное исследование, анализ поисковых запросов, выявление ядра поисковых запросов, проектирование структуры интернет-ресурса). Методы распределения ответственности и контроля деятельности исполнителей. Технология мобильного офиса для специалиста по рекламе и связям с общественностью (офисное программное обеспечение для мобильных устройств, текстовые документы, электронные таблицы, мобильные презентации, управление контактами, планирование времени, форматы электронных книг, программы для чтения). Сервисы, предоставляющие услуги в области интернет-продвижения и контентные услуги. Основные статистические методы оценки качества интернет-ресурса. Учет посещаемости. Достоинства и недостатки анализа результатов сетевых сервисов и логов сервера. Цитируемость сайтов. Позиции сайтов в поисковых системах. Программное обеспечение для аудита интернет-сайта (для самостоятельного изучения).

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. «Общее представление о маркетинге, маркетинговых отношениях, целевой аудитории» Подготовка к круглому столу	2
1	Практическое занятие № 2. «Каналы коммуникации с целевыми аудиториями»	2
1	Практическое занятие № 3. «Особенности организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций»	2
2	Практическое занятие № 4. «Виды PR-технологий»	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
2	Практическое занятие № 5. «Место корпоративных коммуникаций в PR-деятельности организации»	2
2	Практическое занятие № 6. «Функции PR-службы в работе с персоналом организации»	2
3	Практическое занятие № 7. «Роль рекламы в обществе»	2
3	Практическое занятие № 8. «Основные и вспомогательные субъекты рекламной деятельности»	2
3	Практическое занятие № 9. «Закон РФ «О рекламе»»	2
4	Практическое занятие № 10. «Повседневная MR-активность»	2
4	Практическое занятие № 11. «Мероприятия для журналистов: особенности подготовки и проведения»	2
5	Практическое занятие № 12. «Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы»	2
5	Практическое занятие № 13. «Особенности создания фирменного стиля сайта PR-специалистом»	2
6	Практическое занятие № 14. «Особенности рекламной кампании в сервисной деятельности»	2
6	Практическое занятие № 15. «Специфика восприятия рекламного текста различными типами целевой аудитории»	2
7	Практическое занятие № 16. «Проектирование структуры интернет-ресурса» Подготовка к выполнению заданий	2
7	Практическое занятие № 17. «Офисное программное обеспечение для мобильных устройств»	2
7	Практическое занятие № 18. «Методы контроля интернет-технологий»	2
Итого по дисциплине		36

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1- 10].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p> <p>4. Подготовка к круглому столу.</p>	7
2	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «PR-технологии: общая характеристика» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 5].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	3
3	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Рекламные технологии: общая характеристика» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 3, 4, 5, 6].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	3
4	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Медиарилейшнз в системе PR-технологий» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 4, 5, 6].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	3
5	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 4, 5, 6].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	3
6	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Особенности организации и проведения рекламной кампании предприятия сервиса»</p>	3

Номер темы дисципли ны	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	<p>Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 4, 5, 6].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	
7	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве»</p> <p>Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1-10]</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p> <p>4. Подготовка к выполнению заданий.</p>	5
Итого по дисциплине		27

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Вяземский, П.А. **Журналистика** [Электронный ресурс] / П.А. Вяземский. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2017. — 11 с. — ISBN: 978-5-507-43558-6 — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/96945/#1> . — Загл. с экрана. свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

2 Старикова, Ю. А. **Связи с общественностью. Конспект лекций** [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.А. Старикова. — Электрон. дан. — Москва : А-Приор, 2010. — 96 с. - ISBN: 978-5-9512-0373-1 — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/3081/#1> . — Загл. с экрана. свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

3 Преображенская, А.В. **Социальная психология: Тексты лекций**. Реком. УМО [Текст] / А. В. Преображенская. - СПб. : ГУГА, 2016. - 130с. - ISBN 978-5-4334-0284-3. Количество экземпляров 30.

б) дополнительная литература:

4 Белинский, В.Г. **Журналистика** [Электронный ресурс] / В.Г. Белинский. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 8 с. —

ISBN: 978-5-507-11249-4 — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/7987>. — Загл. с экрана. свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

5 Матушевский, Р.Г. **Правовые основы СМИ и журналистики.** Конспект лекций [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р.Г. Матушевский. — Электрон. дан. — Москва : А-Приор, 2006. — 96 с. — ISBN: 5-9030-4613-4 — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/reader/book/3055/#1> . — Загл. с экрана. свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

6 **Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sostav.ru/> , свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

7 **Университетская библиотека** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/> , свободный (дата обращения 29.01.2017).

8 **Российская государственная библиотека** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rsl.ru/> , свободный доступ (дата обращения 29.01.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

9 **Библиотека СПбГУ ГА** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/> свободный доступ (дата обращения: 29.01.2017).

10 **Российская национальная библиотека** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nlr.ru/> / свободный доступ (дата обращения: 29.01.2017).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория с проектором и доступом в интернет (ауд. № 306, ауд. №400).
Информационно-справочные и материальные ресурсы библиотеки СПбГУ ГА.

Электронная библиотека кафедры №1.

8 Образовательные и информационные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» используются классические формы и методы обучения: входной контроль, лекции, практические занятия, круглый стол, самостоятельная работа студента.

В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины.

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в

рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив развития знаний в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы и практические примеры.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса». Практические занятия предназначены для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины. В процессе проведения практического занятия организуются публичные выступления студентов перед аудиторией, способствующие развитию у них умения сопоставлять данные разных источников и обобщать их, умения связывать теоретические положения дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» с конкретными ситуациями. Рассматриваемые в рамках практического занятия задачи, ситуации, примеры и проблемы имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках подготовки бакалавра по направлению «Сервис». Главным содержанием практического занятия является индивидуальная практическая работа каждого студента.

Круглый стол по дисциплине проводится в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель проведения круглого стола – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки и умения по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса». Круглый стол предназначен для более глубокого освоения и анализа отдельных вопросов, изучаемых в рамках данной дисциплины. В процессе проведения круглого стола организуются публичные коллективные обсуждения отдельных заранее определённых вопросов темы, выступления студентов перед аудиторией, способствующие развитию у них умения сопоставлять данные разных источников и обобщать их, умения связывать теоретические положения дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» с конкретными ситуациями.

Чтение лекций и проведение практических занятий также предполагает применение интерактивных форм обучения (интерактивных лекций,

групповых дискуссий, анализа ситуаций и имитационных моделей и др., в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей) для развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий, в том числе и индивидуальных, получаемых студентом после каждого занятия. Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Фонд оценочных средств по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» предназначен для выявления и оценки уровня и качества знаний студентов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в виде зачета во втором семестре.

Фонд оценочных средств для текущего контроля включает: вопросы для устных опросов, задания для письменных аудиторных работ и темы для сообщений.

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с «Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации», обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата и программам специалитета (формы, периодичность и порядок)». Текущий контроль успеваемости обучающихся включает устные опросы, сообщения и задания, выдаваемые на самостоятельную работу по темам дисциплины.

Устный опрос по вопросам входного контроля, который является элементом текущего контроля успеваемости, предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимых перед изучением дисциплины. Устный опрос по вопросам входного контроля осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина (п. 9.4). Устный

опрос проводится на каждом практическом занятии в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции и предполагает ответ студентов. Включает перечень вопросов и моделирование ситуаций. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Моделирование ситуаций представляет собой проектирование преподавателем гипотетических ситуаций, в которых может оказаться студент при соприкосновении с реальностью. Реакция студента на смоделированную ситуацию будет показателем того усвоил он учебный материал или нет.

Сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской и научной темы.

Решение заданий в процессе обучения определяется, с одной стороны, тем, что конечные цели обучения сводятся к овладению учащимися методами решения определенных заданий. С другой стороны, она определяется и тем, что полноценное достижение целей обучения возможно лишь с помощью решения студентами системы учебных заданий. Таким образом, решение задач в процессе обучения политологии выступает и как цель, и как средство обучения. Важнейшей функцией решения задач является функция формирования и развития у обучающихся общих умений и навыков решения коммуникативных задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачёта во 2 семестре. Зачёт позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачёт предполагает ответ на вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачёт. К моменту сдачи зачёта должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на лекциях и практических занятиях, участие студентов в конференциях и подготовку ими публикаций, что отражено в балльно-рейтинговой оценке текущего контроля успеваемости и знаний студентов в п. 9.1. Описание шкалы оценивания, используемой для проведения промежуточных аттестаций, приведено в п. 9.5.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость освоения дисциплины 3 зачетные единицы, 108 академических часа. Вид промежуточного контроля - зачет (2 семестр).

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядко- вый номер недели с начала семестра)	При- меча- ние
	Мини- мальное значение	Макси- мальное значение		
Аудиторные занятия				
Лекция 1 (Тема 1)	1,25	1,5	1	—
Практическое занятие 1	1,25	2,3	1	—
Лекция 2 (Тема 1)	1,25	1,5	2	—
Практическое занятие 2	1,25	2,3	2	—
Лекция 3 (Тема 1)	1,25	1,5	3	—
Практическое занятие 3	1,25	2,3	3	—
Практическое занятие 4	1,25	3,1	4	—
Лекция 4 (Тема 2)	1,25	1,5	4	—
Практическое занятие 5	1,25	2,3	5	—
Лекция 5 (Тема 2)	1,25	1,5	5	—
Практическое занятие 6	1,25	2,3	6	—
Лекция 6 (Тема 2)	1,25	1,5	6	—
Практическое занятие 7	1,25	2,3	7	—
Лекция 7 (Тема 3)	1,25	1,5	7	—
Практическое занятие 8	1,25	2,3	8	—
Лекция 8 (Тема 3)	1,25	1,5	8	—
Практическое занятие 9	1,25	2,3	9	—
Лекция 9 (Тема 3)	1,25	1,5	9	—
Практическое занятие 10	1,25	2,3	10	—
Лекция 10 (Тема 4)	1,25	1,5	10	—
Практическое занятие 11	1,25	2,3	11	—
Лекция 11 (Тема 4)	1,25	1,5	11	—
Практическое занятие 12	1,25	2,3	12	—
Лекция 12 (Тема 5)	1,25	1,5	12	—
Практическое занятие 13	1,25	2,3	13	—
Лекция 13 (Тема 5)	1,25	1,5	13	—
Практическое занятие 14	1,25	2,3	14	—
Лекция 14 (Тема 6)	1,25	1,5	14	—
Лекция 15 (Тема 6)	1,25	1,5	15	—
Практическое занятие 15	1,25	2,3	15	—
Лекция 16 (Тема 7)	1,25	1,5	16	—
Практическое занятие 16	1,25	2,3	16	—
Лекция 17 (Тема 7)	1,25	1,5	17	—
Лекция 18 (Тема 7)	1,25	1,5	17	—

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядко- вый номер недели с начала семестра)	При- меча- ние
	Мини- мальное значение	Макси- мальное значение		
Практическое занятие 17	1,25	2,3	18	—
Практическое занятие 18	1,25	3,1	18	—
Итого по обязательным видам занятий	45	70	—	—
Зачет	15	30	—	—
Итого по дисциплине	60	100	—	—
Премиальные виды деятельности (для учета при определении рейтинга)	—	—	—	—
Участие в конференции по темам дисциплины	—	10	—	—
Научная публикация по темам дисциплины	—	10	—	—
Итого дополнительно премиальных баллов	—	20	—	—
Всего по дисциплине для рейтинга	—	120	—	—
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку для зачета по «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка			
60 и более	«зачтено»			
менее 60	«не зачтено»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Посещение лекционного занятия обучающимся оценивается в 1,25 балла. Ведение лекционного конспекта – 0,1 балла. Активное участие в обсуждении дискуссионных вопросов в ходе лекции – 0,15 баллов.

Посещение практического занятия с ведением конспекта оценивается в 1,25 балла. Сообщение – до 0,65 баллов. Устный опрос – до 0,4 баллов. Выполнение заданий – до 0,8 баллов. Участие в обсуждении вопросов круглого стола – до 0,8 баллов.

9.3 Темы курсовых работ по дисциплине

Написание курсовых работ учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы и задания для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам

Вопросы входного контроля по дисциплине: «Иностранный язык»

1. Основные термины коммуникации.
2. Выберите правильные варианты ответов:
 1. What is this? ... is my exercise-book.
 - a. it
 - b. these
 - c. those
 - d. they
 - e. them
 2. There is ... pen on the table.
 - a. some
 - b. such
 - c. an
 - d. a
 - e. three
 3. ... car is this?
 - a. what
 - b. who's
 - c. whyd.
 - d. whom
 - e. whose

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели
Знать	<p>Критерии оценки эффективности технологий современной PR деятельности;</p> <p>Особенности интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне.</p>	<p>Знание критериев оценки эффективности технологий современной PR деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте;</p> <p>Особенностей интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>Механизма организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.</p>
Уметь	<p>Применять на практике основные закономерности PR деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте;</p> <p>Решать задачи интегрированной коммуникации в устной и письменных формах в целях межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>Применять механизм организации PR деятельности в контактной зоне.</p>	<p>Умение применять на практике основные закономерности PR деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте;</p> <p>Решать задачи интегрированной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <p>Применять механизм организации PR деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.</p>
Владеть	<p>Способностью осуществлять мероприятия по рекламному продвижению предприятия и на основе его исторического развития;</p>	<p>Владение способностью осуществлять мероприятия по рекламному продвижению предприятия в сфере сервиса на воздушном транспорте на основе его исторического развития;</p>

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели
	Способностью к интегрированной коммуникации в устной и письменных формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Навыками применения механизма организации PR деятельности в контактной зоне предприятия сервиса.	Способностью к интегрированной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Навыками применения механизма организации PR деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.

Максимальное количество баллов, полученных за зачет – 30.
Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет сдан») – 15 баллов.

Неудовлетворительной сдачей зачета считается оценка менее 15 баллов. При неудовлетворительной сдаче зачета или неявке по неуважительной причине на зачет зачетная составляющая приравнивается к нулю. В этом случае студент в установленном в СПбГУ ГА порядке обязан пересдать зачет.

Оценка за зачет выставляется как сумма набранных баллов за ответы на два вопроса и выполнение задания.

Ответы на вопросы оцениваются следующим образом:

1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом показано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

5 баллов: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме рабочей программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

6 баллов: ответ удовлетворительный, студент ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме рабочей программы;

7 баллов: ответ хороший, но студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам рабочей программы, но требовались наводящие вопросы;

8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы, студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках рабочей программы;

9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам рабочей программы; студент демонстрирует способность;

10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам рабочей программы, самостоятельно и творчески решает сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках рабочей программы, а также демонстрирует знания по проблемам, выходящим за ее пределы.

Решение заданий оценивается следующим образом:

10 баллов: задание выполнено на 91-100 %, решение и ответ аккуратно оформлены, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, уверенно и правильно отвечает на вопросы преподавателя;

9 баллов: задание выполнено на 86-90 %, решение и ответ аккуратно оформлены, выводы обоснованы, дана правильная и полная интерпретация выводов, студент аргументированно обосновывает свою точку зрения, правильно отвечает на вопросы преподавателя;

8 баллов: задание выполнено на 81-85 %, ход решения правильный, незначительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает некоторые затруднения в интерпретации полученных выводов;

7 баллов: задание выполнено на 74-80 %, ход решения правильный, значительные погрешности в оформлении; правильная, но не полная интерпретация выводов, студент дает правильные, но не полные ответы на вопросы преподавателя, испытывает определенные затруднения в интерпретации полученных выводов;

6 баллов: задание выполнено 66-75 %, подход к решению правильный, есть ошибки, оформление с незначительными погрешностями, неполная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

5 баллов: задание выполнено на 60-65 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, не полная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

4 балла: задание выполнено на 55-59 %, подход к решению правильный, есть ошибки, значительные погрешности при оформлении, не полная интерпретация выводов, не все ответы на вопросы преподавателя правильные, не способен интерпретировать полученные выводы;

3 балла: задание выполнено на 41-54 %, решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, неправильная интерпретация выводов, студент дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

2 балла: задание выполнено на 20-40 %, решение содержит грубые ошибки, неаккуратное оформление работы, выводы отсутствуют; не может прокомментировать ход решения задачи, дает неправильные ответы на вопросы преподавателя;

1 балл: задание выполнено менее, чем на 20 %, решение содержит грубые ошибки, студент не может прокомментировать ход решения задачи, не способен сформулировать выводы по работе.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Концептуальное представление об интегрированных коммуникациях

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Роль интегрированных коммуникаций в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

2. Особенности организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций.

3. Главные этапы и закономерности исторического развития интегрированных коммуникаций в рамках отечественных предприятий сервиса.

4. Понятие об интегрированных маркетинговых коммуникациях. Понятие о товаре, товарном обмене, сделке.

5. Общее представление о маркетинге, маркетинговых отношениях, целевой аудитории.

6. Понятие комплекса коммуникаций.

7. Понятие и основные элементы маркетинговых коммуникаций.

8. Интегрированные коммуникации: суть, составляющие.

9. Подходы к определению интегрированных коммуникаций.

10. Элементы определений интегрированных коммуникаций.

Примерные темы сообщений

1. Особенности организации контактной зоны предприятия сервиса с помощью интегрированных коммуникаций.

2. Отличия интегрированных коммуникаций от интегрированных маркетинговых коммуникаций.

3. Модель А. Гроншtedта.

4. Основные элементы концепции интегрированных коммуникаций

5. Понятия «общественность», «заинтересованные стороны»

6. Роль коммуникации в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

7. Особенности применения интегрированных коммуникаций в рамках увеличения социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте.

8. Особенности использования интегрированных коммуникаций в рамках взаимодействия с потребителем в контактной зоне в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.

Типовые задания для круглого стола

Проведение круглого стола направлено на формирование у студентов знаний в области осуществления интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте. Предполагается выступление студентов с докладами, обсуждение, дискуссии.

Темы основных сообщений (выступлений с презентацией до 15 минут):

1. Осуществление интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Этапы разработки процесса интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Целевая аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Участие в дискуссии, краткие выступления:

1. Коммуникационная стратегия интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Маркетинговая рекламная стратегия интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Креативная рекламная стратегия интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

4. Медийная стратегия интегрированных коммуникаций в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 2. PR-технологии: общая характеристика

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Социальные технологии как результат технологизации современного общества.

2. Связи с общественностью как социальная технология. PR-технологии: сущность и особенности.

3. Главные этапы и закономерности исторического развития PR-технологий.

4. Признаки и критерии PR-технологии.

5. Виды PR-технологий.

Примерные темы сообщений

1. Место корпоративных коммуникаций в PR-деятельности организации.

2. Взаимосвязь корпоративных PR-коммуникаций с такими научными направлениями как корпоративное управление, коммуникационный

менеджмент.

3. Взаимосвязь корпоративных PR-коммуникаций с социологией управления, с социальным менеджментом, социологией организации.

4. Функции PR-службы в работе с персоналом организации (для самостоятельного изучения).

Тема 3. Рекламные технологии: общая характеристика

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Реклама в системе интегрированных коммуникаций.

2. Функции рекламы.

3. Роль рекламы в обществе.

4. Реклама и связи с общественностью: сходство и различие.

5. Главные этапы и закономерности исторического развития рекламы в России и за рубежом.

6. Печатная реклама: функциональные особенности, формы и жанры.

7. Реклама на радио и на телевидении.

8. Виды наружной рекламы.

9. Транзитная реклама.

10. Рекламно-сувенирная продукция

Примерные темы сообщений

1. Выставочная и ярмарочная реклама

2. Понятие и виды Интернет-рекламы

3. Сущность и отличительные особенности и типология политической и социальной рекламы

4. Правовые аспекты рекламной деятельности

5. Рекламные агентства как субъекты рекламной деятельности .

6. Виды и структура рекламных агентств.

7. Особенности и виды устных и письменных форм интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Тема 4. Медиарилейшнз в системе PR-технологий

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Медиарилейшнз как PR-технология.

2. Специфика взаимодействия PR-структур с печатными и электронными СМИ.

3. Структура взаимодействия журналистов и специалистов по связям с общественностью.

4. Мероприятия для журналистов: виды мероприятий (брифинг, пресс-конференция пресс-тур, круглый стол).

5. Организация превью. Виды и формы эффективного информационного повода.

6. Первичный PR-текст.

7. Жанры PR-текста.

8. Виды комбинированного PR-текста.
9. Пресс-кит, ньюс-кит и медиа-кит.
10. Структура пресс-кита.

Примерные темы сообщений

1. Годовой отчет как PR-текст.
2. Виды брошюры.
3. Функции корпоративных медиа-ресурсов.
4. Специфика и назначение корпоративных изданий.
5. Корпоративное радио и телевидение.
6. Особенности использования корпоративных медиа-ресурсов в журналистской практике.
7. Медиарилейшнз в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие и виды сайтов.
2. Специфика сайта предприятия сервиса.
3. Этапы создания сайта.
4. Сайт организации как медиа-ресурс.
5. Виды корпоративных сайтов.
6. Основные ошибки при создании дизайна и структуры корпоративного сайта для внешней аудитории.
7. Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы.
8. Типовые ошибки и угрозы, совершаемые при продвижении интернет-сайтов, методы их заблаговременного выявления и противодействия.

Примерные темы сообщений

1. Сущность, назначение и принципы создания логотипа.
2. Эффективные и неэффективные логотипы.
3. Разработка логотипа IT-специалистом и PR-специалистом.
4. Этапы разработки логотипа: подготовительная, работа, разработка концепции логотипа, концепции и создание окончательного варианта логотипа, внедрение логотипа.
5. Программы для создания логотипа: Jetalogodesigner, LogoDesignStudio, LogoCreator.

Тема 6. Особенности организации и проведения рекламной кампании предприятия сервиса

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие и этапы рекламной кампании.
2. Виды рекламных кампаний.
3. Модели рекламной кампании.
4. Рекламная кампания в сети Интернет.
5. Особенности рекламной кампании в сервисной деятельности.

6. Формирование бюджета рекламной кампании.
7. Критерии оценки эффективности рекламной кампании.

Примерные темы сообщений

1. Понятие рекламного текста.
2. Рекламный текст: структура и содержание.
3. Виды рекламного текста.
4. Специфика восприятия рекламного текста различными типами целевой аудитории.
5. Слоган и логотип как составляющие рекламного объявления.
6. Рекламная деятельность в рамках организации контактной зоны предприятия сервиса.

Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Этапы работы: (предпроектное исследование, анализ поисковых запросов, выявление ядра поисковых запросов, проектирование структуры интернет-ресурса).
2. Методы распределения ответственности и контроля деятельности исполнителей.
3. Технология мобильного офиса для специалиста по рекламе и связям с общественностью (офисное программное обеспечение для мобильных устройств, текстовые документы, электронные таблицы, мобильные презентации, управление контактами, планирование времени, форматы электронных книг, программы для чтения).
4. Сервисы, предоставляющие услуги в области интернет-продвижения и контентные услуги.
5. Основные статистические методы оценки качества интернет-ресурса.

Примерные темы сообщений

1. Учет посещаемости.
2. Достоинства и недостатки анализа результатов сетевых сервисов и логов сервера.
3. Цитируемость сайтов.
4. Позиции сайтов в поисковых системах.
5. Программное обеспечение для аудита интернет-сайта.

Типовые задания

1. Обозначьте алгоритм проектирования структуры интернет ресурса.
2. Раскройте методику оценки качества интернет-ресурса.

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса»

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Роль интегрированных коммуникаций в решении задач

межличностного и межкультурного взаимодействия.

3 Особенности осуществления интегрированных коммуникаций в контактной зоне предприятий сервиса.

4 Главные этапы и закономерности исторического развития интегрированных коммуникаций в рамках отечественных предприятий сервиса.

5 Главные этапы и закономерности исторического развития интегрированных коммуникаций в рамках зарубежных сервисных предприятий.

6 Понятие товара.

7 Понятие обмена. Понятие сделки.

8 Понятие целевой аудитории.

9 Понятие маркетинговых коммуникаций.

10 Основные элементы маркетинговых коммуникаций. Процесс убеждения и информирования потребителей.

11 Основные элементы маркетинговых коммуникаций. Стратегические цели маркетинговых отношений.

12 Основные элементы маркетинговых коммуникаций. Места предполагаемых контактов.

13 Основные элементы маркетинговых коммуникаций. Участники маркетингового процесса.

14 Основные элементы маркетинговых коммуникаций. Типы взаимодействия. Маркетинговые коммуникационные обращения.

15 Отличие интегрированных маркетинговых коммуникаций от интегрированных коммуникаций.

16 Основные элементы концепции интегрированных коммуникаций.

17 Понятие коммуникации в сфере сервиса

18 Понятие о коммуникативной деятельности. Три формы коммуникативной деятельности.

19 Синхронные и диахронные коммуникативные связи.

20 Виды коммуникаций.

21 Модель коммуникативного акта в межличностной коммуникации.

22 Модель коммуникативного акта К.Шеннона и У.Уивера (инженерно-техническая).

23 Модель социальной коммуникации Г.Лассвела.

24 Коммуникативная модель Р.Якобсона.

25 Обобщенная модель PR-деятельности.

26 Коммуникативная модель PR-технологий.

27 Диффузная теория распространения информации Э.Роджерса.

28 Контекст возникновения PR.

29 Предмет и задачи PR.

30 Направления деятельности специалистов в области сервиса при работе с интегрированными коммуникациями.

31 Основные подходы к определению PR.

32 Понятие общественности, групп общественности.

- 33 Сходство и различие PR и пропаганды.
- 34 Сходство и различие PR и рекламы.
- 35 Объединения PR- профессионалов в России и за рубежом.
- 36 Технологии решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- 37 Инструментарий PR. Работа со СМИ.
- 38 Инструментарий PR. Имиджевые технологии.
- 39 Понятие и функции имиджа.
- 40 Инструменты имиджологии.
- 41 Формы подачи новостных материалов.
- 42 Контролируемые средства коммуникации.
- 43 Неконтролируемые средства коммуникации.
- 44 Пресс-релиз: понятие, структура, функции, виды.
- 45 Направления деятельности специалиста по связям с общественностью.
- 46 Направления деятельности в сфере внутрикорпоративных PR.
- 47 Направления деятельности в сфере внешней среды организации.
- 48 Роль и место связей с общественностью в современном обществе.
- 49 Этическая ответственность специалиста по PR перед различными группами общественности.
- 50 Модель восстановления и практическая этика.
- 51 Ситуационная этика и этика ответственности.
- 52 Двойной моральный стандарт в связях с общественностью и рекламе.
- 53 Инструментарий PR. Специальные мероприятия.
- 54 Организация и проведение PR – конференции.
- 55 Особенности применения интегрированных коммуникаций в рамках увеличения социальной значимости профессиональной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте.
- 56 Особенности использования интегрированных коммуникаций в рамках взаимодействия с потребителем в контактной зоне в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.
- 57 Особенности и виды устных и письменных форм интегрированных коммуникаций в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Типовые практические задания для проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса»

1. Выделите главные этапы и закономерности исторического развития интегрированных коммуникаций в рамках отечественных предприятий сервиса.
2. Вы занимаете определенную должность в организационной структуре

сервисного предприятия. Каким образом знания технологий интегрированных коммуникаций в устной и письменной формах помогут Вам решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия?

3. Вы являетесь работником контактной зоны предприятия сервиса. Каким образом знания технологий интегрированных помогут Вам организовать работу контактной зоны данного предприятия?

10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая во 2 семестре к изучению дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса», студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Студенту следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от его активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. В этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение студента в самостоятельную познавательную деятельность с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях социально-экономического развития.

Входной контроль в форме устного опроса преподаватель проводит в начале изучения тем № 1 по вопросам дисциплин, на которых базируется дисциплина «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» (п. 2 и п. 9.4).

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия (п. 5.2, 5.3, 5.4). В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса», ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в области коммуникаций в сфере сервиса на транспорте.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который

обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений (из известных или выработанных самостоятельно, например, менеджмент обозначать большой буквой М). Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п. Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к сдаче зачета.

Практические занятия по «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» проводятся в соответствии с п. 5.4. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы; приобрести начальные практические умения и навыки применения методов и инструментов исследования технических явлений, о способах и средств решения проблем инновационных технических средств предприятий сервиса на воздушном транспорте.

Темы практических занятий (п. 5.4) заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;
- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные сообщения, в том числе в виде презентаций, которые выполняются в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти сообщения. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора. Студенты решают проблемы, возникающие в конкретной ситуации в процессе проведения круглого стола (п. 9.6). После того как каждая подгруппа предложит свой вариант решения проблемы, начинается дискуссия, в ходе которой необходимо доказать его

истинность.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

- самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;
- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для устного опроса в п. 9.6);
- подготовку сообщений (примерный перечень тем сообщений в п. 9.6);
- подготовку к выполнению заданий (типовые задания в п. 9.6);
- подготовку к круглому столу (типовые задания в п. 9.6).

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса». Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса». Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины.

Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к сдаче зачета во втором семестре, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении дисциплины знаний. Примерный перечень вопросов для зачета по дисциплине «Интегрированные коммуникации в сфере сервиса» приведен в п. 9.6.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

«19» января 2017 года, протокол № 6.

Разработчики:


Мисонжникова М. Б.

к.ф.н., доцент 
Майор М.Н.

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к.ф.н., доцент 
Майор М.Н.

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

д.э.н., доцент 
Кошелева Т.Н.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «15» февраля 2017 года, протокол № 5.

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол № 10 (в соответствии с Приказом от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»)