

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

2017 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РЕКЛАМА В СФЕРЕ СЕРВИСА НА ТРАНСПОРТЕ

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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» являются: сформировать у студентов знания о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности в сфере сервиса; умения анализа технологий и методов создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных элементов, а также навыков производства текстов и иллюстраций рекламного продукта в сфере сервиса.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование знаний о роли и функциях дизайнеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий сферы сервиса на воздушном транспорте, о критериях оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте;

- формирование знаний об особенностях рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте;

- формирование знаний о механизме организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте;

- приобретение умений оперирования принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования информации в сфере сервиса на воздушном транспорте;

- овладение навыками творческого производства и технологии разработки рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.

Дисциплина «Реклама в сфере сервиса на транспорте» обеспечивает подготовку выпускника к сервисной и организационно-управленческой видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама в сфере сервиса на транспорте» представляет собой дисциплину, относящуюся к Вариативной части дисциплин по выбору Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Реклама в сфере сервиса на транспорте» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: «Иностранный язык», «Русский язык и культура речи», «Деловое общение персонала», «Межличностная коммуникация».

Дисциплина «Реклама в сфере сервиса на транспорте» является обеспечивающей для дисциплины «Социология», «Социология и психология управления в сервисе на воздушном транспорте».

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
<p>Способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1)</p>	<p>Знать: – критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Уметь: – применять на практике основные закономерности рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Владеть: – способностью осуществлять мероприятия по рекламному продвижению предприятия в сфере сервиса на воздушном транспорте на основе его исторического развития.</p>
<p>Способностью к коммуникации в устной и письменных формах на русском и иностранных языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3)</p>	<p>Знать: - особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Уметь: - решать задачи рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Владеть: - способностью к рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p>
<p>Готовностью к организации контактной зоны предприятия сервиса (ПК-1)</p>	<p>Знать: - механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте; Уметь: - применять механизм организации рекламной</p>

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	<p>деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения механизма организации рекламной деятельности 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. Понятие рекламы. Рекламный продукт: потребительские свойства	5	+	+	—	ВК, Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 2. Функции рекламы в сфере	5	+	—	—	Л, ПЗ,	УО, Сщ

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-1	ОК-3	ПК-1		
сервиса на воздушном транспорте					СРС	
Тема 3. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Рекламные стратегии	10	+	+	+	Л, КС, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 4. Вербальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 5. Визуальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 6. Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 7. Виды рекламы. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 8. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	6	+	+	—	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 9. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	6	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 10. Бриф как основа создания рекламного продукта. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте	6	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 11. Бриф копирайтинга в сфере сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 12. Бриф на рекламирование услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте	6	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 13. Визуальная составляющая рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте	5	+	+	—	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 14. Композиция рекламного	7	+	+	+	Л, ПЗ,	УО, Сщ

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-1	ОК-3	ПК-1		
объявления в сфере сервиса на воздушном транспорте					СРС	
Тема 15. Рекламные стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте	6	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ
Тема 16. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте	12	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	УО, Сщ, ПАР
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, Сщ – сообщение, ПАР – письменная аудиторная работа.

5.2. Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Понятие рекламы. Рекламный продукт: потребительские свойства	2	2	—	—	1	—	5
Тема 2. Функции рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 3. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Рекламные стратегии	2	4	—	—	4	—	10
Тема 4. Вербальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 5. Визуальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 6. Классификация	2	2	—	—	1	—	5

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте							
Тема 7. Виды рекламы. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 8. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	2	—	6
Тема 9. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	2	—	6
Тема 10. Бриф как основа создания рекламного продукта. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	2	—	6
Тема 11. Бриф копирайтинга в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 12. Бриф на рекламирование услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	2	—	6
Тема 13. Визуальная составляющая рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	1	—	5
Тема 14. Композиция рекламного объявления в сфере сервиса на воздушном транспорте	4	2	—	—	1	—	7
Тема 15. Рекламные стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте	2	2	—	—	2	—	6
Тема 16. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте	4	4	—	—	4	—	12
Итого за семестр 2	36	36	—	—	27	—	99

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
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. Понятие рекламы. Рекламный продукт: потребительские свойства

Цель, задачи, объект и предмет курса (для самостоятельного изучения). Результаты обучения и формируемые компетенции (для самостоятельного изучения). Формы контроля знаний, умений и навыков студентов. Основные понятия курса (для самостоятельного изучения). Понятие рекламы. История рекламы. Критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (для самостоятельного изучения).

Тема 2. Функции рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте

Задачи рекламы в сфере воздушного транспорта. Функции рекламы (для самостоятельного изучения). Функции рекламы в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте. Потребительские свойства рекламных услуг на воздушном транспорте.

Тема 3. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Рекламные стратегии

Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Этапы разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Целевая аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Разработка маркетинговой рекламной стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте. Коммуникационная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Маркетинговая рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Креативная рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте. Медийная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 4. Вербальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте

Вербальный план рекламного сообщения (для самостоятельного изучения). Вербальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Структура рекламного текста в сфере сервиса на воздушном транспорте. Акустический план рекламного сообщения (для самостоятельного изучения). Акустический план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 5. Визуальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте

Визуальный план рекламного сообщения. Визуальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Компоненты оформления рекламного продукта (для самостоятельного изучения). Компоненты оформления рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 6. Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте

Рекламные услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте по функциональному назначению. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по типу оказывающих их субъектов. Классификация (рейтингование) рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по степени выраженности их основных свойств (для самостоятельного изучения). Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по признаку конечности использования рекламных услуг (для самостоятельного изучения). Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от формы собственности (для самостоятельного изучения). Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от массовости потребления. Иерархия рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 7. Виды рекламы. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Виды рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте. Характеристика печатных изданий в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). География распространения рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте. Читательская аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Информационное содержание рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Тираж рекламных материалов в

сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Периодичность выхода рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Способ распространения рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Формат рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Модульная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 8. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Понятие телевизионной рекламы (для самостоятельного изучения). Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте. Формат телевизионных роликов в сфере сервиса на воздушном транспорте. Продакт-плейсмент в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Спонсорство на телевидении (для самостоятельного изучения). Виды телевизионной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 9. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Особенности наружной рекламы (для самостоятельного изучения). Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте. Виды наружной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте. Законодательство в сфере наружной рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 10. Бриф как основа создания рекламного продукта. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте

Понятие брифа (для самостоятельного изучения). Бриф как основа создания рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте. Основная цель и функции брифа (для самостоятельного изучения). Виды брифов в сфере сервиса на воздушном транспорте. Основная структура брифа в сфере сервиса на воздушном транспорте. Бриф и техническое задание: сходство и различия (для самостоятельного изучения). Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 11. Бриф копирайтинга в сфере сервиса на воздушном транспорте

Понятие и особенности бриф копирайтинга. Концептуальный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте. Креативный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте. Медиабриф в сфере сервиса на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 12. Бриф на рекламирование услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте

Основные разделы клиентского брифа в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Дизайнерский бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Стратегический бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Бриф статистики в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Бриф на рекламирование услуги в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 13. Визуальная составляющая рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте

Роль визуального образа в рекламе (для самостоятельного изучения). Визуальная составляющая рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Факторы воздействия на аудиторию визуальной составляющей. Особенности дизайн-макета рекламы (для самостоятельного изучения). Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 14. Композиция рекламного объявления в сфере сервиса на воздушном транспорте

Композиция рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Стилль, фон, контраст, линии рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Виды рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте. История рекламной фотографии (для самостоятельного изучения). Виды композиций рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Понятие и виды видеорекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Этапы написания литературного сценария. Монтаж, видеосъемка и виды телевизионных роликов в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

Тема 15. Рекламные стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте

Понятие рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Виды рекламных стратегий в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Креативные решения теории уникального торгового предложения в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Творческая разработка теории позиционирования рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 16. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте

Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте. Стратегии проекционного типа в сфере сервиса на воздушном транспорте. Проектные технологии воплощения рекламной концепции услуг на воздушном транспорте. Прием «демонстрации» в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Сценарное моделирование в рекламе в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Творческие концепции рекламного обращения в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Рациональная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Подражательная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Имиджевая реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения). Рекламный «неореализм» в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. «История рекламы»	2
2	Практическое занятие № 2. «Функции рекламы в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте»	2
3	Практическое занятие № 3. «Этапы разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подготовка к круглому столу	2
3	Практическое занятие № 4. «Разработка маркетинговой рекламной стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
4	Практическое занятие № 5. «Структура рекламного текста в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
5	Практическое занятие № 6. «Визуальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
6	Практическое занятие № 7. «Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по типу оказывающих их субъектов»	2
7	Практическое занятие № 8. «Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
8	Практическое занятие № 9. «Формат телевизионных роликов в сфере сервиса на	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (часы)
	воздушном транспорте»	
9	Практическое занятие № 10. «Виды наружной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
10	Практическое занятие № 11. «Виды брифов в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
11	Практическое занятие № 12. «Концептуальный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
12	Практическое занятие № 13. «Дизайнерский бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте»	2
13	Практическое занятие № 14. «Факторы воздействия на аудиторию визуальной составляющей»	2
14	Практическое занятие № 15. «Виды рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте»	2
15	Практическое занятие № 16. «Виды рекламных стратегий в сервисной деятельности на воздушном транспорте»	2
16	Практическое занятие № 17. «Стратегии проекционного типа в сфере сервиса на воздушном транспорте»	2
16	Практическое занятие № 18. «Проектные технологии воплощения рекламной концепции услуг на воздушном транспорте»	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)
1	1. Изучение теоретического материала по теме: «Понятие рекламы. Рекламный продукт: потребительские свойства» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки	1

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	<p>[1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	
2	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Функции рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
3	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Рекламные стратегии» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1-9].</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>	4
4	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Вербальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
5	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Визуальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p>	1

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	3. Подготовка к устному опросу.	
6	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
7	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Виды рекламы. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
8	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	2
9	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	2
10	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Бриф как основа создания рекламного продукта. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой</p>	2

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	<p>по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	
11	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Бриф копирайтинга в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
12	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Бриф на рекламирование услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	2
13	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Визуальная составляющая рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
14	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Композиция рекламного объявления в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	1
15	1. Изучение теоретического материала по теме:	2

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	<p>«Рекламные стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1, 2, 3, 4].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p>	
16	<p>1. Изучение теоретического материала по теме: «Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте» Подразумевается работа с учебной литературой по вопросам для самостоятельной подготовки [1-9].</p> <p>2. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с сообщениями.</p> <p>3. Подготовка к устному опросу.</p> <p>4. Подготовка к письменной аудиторной работе.</p>	4
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).

б) дополнительная литература:

3 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).

4 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»:

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

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

7 **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:

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

9 **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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте». 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте». 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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.

Письменная аудиторная работа подразумевает выполнение заданий, связанных с проблематикой дисциплины. Выполнение заданий в процессе обучения роль определяется, с одной стороны, тем, что конечные цели обучения сводятся к овладению учащимися методами решения определенных культурологических заданий. С другой стороны, она определяется и тем, что полноценное достижение целей обучения возможно лишь с помощью решения студентами системы заданий. Таким образом, выполнение заданий в процессе обучения выступает и как цель, и как средство обучения. Важнейшей функцией выполнения заданий является функция формирования и развития у обучающихся общих умений и навыков решения коммуникативно-управленческих 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 2)	1,25	1,5	2	—
Практическое занятие 2	1,25	2,3	2	—
Лекция 3 (Тема 3)	1,25	1,5	3	—
Практическое занятие 3	1,25	2,3	3	—
Практическое занятие 4	1,25	3,1	4	—
Лекция 4 (Тема 4)	1,25	1,5	4	—
Практическое занятие 5	1,25	2,3	5	—
Лекция 5 (Тема 5)	1,25	1,5	5	—
Практическое занятие 6	1,25	2,3	6	—
Лекция 6 (Тема 6)	1,25	1,5	6	—
Практическое занятие 7	1,25	2,3	7	—
Лекция 7 (Тема 7)	1,25	1,5	7	—
Практическое занятие 8	1,25	2,3	8	—
Лекция 8 (Тема 8)	1,25	1,5	8	—
Практическое занятие 9	1,25	2,3	9	—
Лекция 9 (Тема 9)	1,25	1,5	9	—
Практическое занятие 10	1,25	2,3	10	—
Лекция 10 (Тема 10)	1,25	1,5	10	—
Практическое занятие 11	1,25	2,3	11	—
Лекция 11 (Тема 11)	1,25	1,5	11	—
Практическое занятие 12	1,25	2,3	12	—
Лекция 12 (Тема 12)	1,25	1,5	12	—
Практическое занятие 13	1,25	2,3	13	—
Лекция 13 (Тема 13)	1,25	1,5	13	—
Практическое занятие 14	1,25	2,3	14	—
Лекция 14 (Тема 14)	1,25	1,5	14	—
Лекция 15 (Тема 14)	1,25	1,5	15	—
Практическое занятие 15	1,25	2,3	15	—
Лекция 16 (Тема 15)	1,25	1,5	16	—

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	Минимальное значение	Максимальное значение		
Практическое занятие 16	1,25	2,3	16	—
Лекция 17 (Тема 16)	1,25	1,5	17	—
Лекция 18 (Тема 16)	1,25	1,5	17	—
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 письменной аудиторной работы – 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

Вопросы входного контроля по дисциплине «Русский язык и культура речи»:

1. Русский язык и культура речи. Современная ситуация.
2. Русский язык в системе языков мира.
3. Язык как социальное и полифункциональное явление.

Вопросы входного контроля по дисциплине «Деловое общение персонала»:

1. Достоинства и недостатки коллективного принятия решений в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте.

2. Тайм-менеджмент в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте.

3. Причины сопротивления инновациям в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Вопросы входного контроля по дисциплине «Межличностная коммуникация»:

1. Понятие межличностной коммуникации.

2. Роль межличностной коммуникации в решении задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

3. Соотношение понятий коммуникация, общение, взаимодействие.

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

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели
Знать	Критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности; Особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне.	Критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.
Уметь	Применять на практике основные закономерности рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Решать задачи рекламной коммуникации в устной и письменных формах в целях межличностного и межкультурного	Применять на практике основные закономерности рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте; Решать задачи рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

Дескрипторы	Этапы формирования компетенции	Показатели
	взаимодействия; Применять механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне.	Применять механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.
Владеть	Способностью осуществлять мероприятия по рекламному продвижению предприятия и на основе его исторического развития; Способностью к рекламной коммуникации в устной и письменных формах для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Навыками применения механизма организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса.	Способностью осуществлять мероприятия по рекламному продвижению предприятия в сфере сервиса на воздушном транспорте на основе его исторического развития; Способностью к рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; Навыками применения механизма организации рекламной 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. Понятие рекламы. Рекламный продукт: потребительские свойства

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Цель, задачи, объект и предмет курса.
2. Результаты обучения и формируемые компетенции.
3. Формы контроля знаний, умений и навыков студентов.
4. Основные понятия курса.

Примерные темы сообщений

1. Понятие рекламы. История рекламы.
2. Критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте.
3. Особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Тема 2. Функции рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Задачи рекламы в сфере воздушного транспорта.

2. Функции рекламы.

Примерные темы сообщений

1. Функции рекламы в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте.

2. Потребительские свойства рекламных услуг на воздушном транспорте.

Тема 3. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Рекламные стратегии

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Этапы разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Целевая аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте.

4. Разработка маркетинговой рекламной стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте.

5. Коммуникационная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Маркетинговая рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Креативная рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Медийная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

4. Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.

Типовые задания для круглого стола

Проведение круглого стола направлено на формирование у студентов знаний в области разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте. Предполагается выступление студентов с докладами, обсуждение, дискуссии.

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

1. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Этапы разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Целевая аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Участие в дискуссии, краткие выступления:

1. Коммуникационная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

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

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

4. Медийная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 4. Вербальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Вербальный план рекламного сообщения.

2. Вербальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Структура рекламного текста в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Акустический план рекламного сообщения.

2. Акустический план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 5. Визуальная составляющая рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Визуальный план рекламного сообщения.

2. Визуальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Компоненты оформления рекламного продукта.

2. Компоненты оформления рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 6. Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Рекламные услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте по функциональному назначению.

2. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по типу оказывающих их субъектов.

3. Классификация (рейтингование) рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по степени выраженности их основных свойств.

Примерные темы сообщений

1. Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по признаку конечности использования рекламных услуг.

2. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от формы собственности.

3. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от массовости потребления.

4. Иерархия рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте.

Тема 7. Виды рекламы. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Виды рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Характеристика печатных изданий в сфере сервиса на воздушном транспорте.

4. География распространения рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

5. Читательская аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте.

6. Информационное содержание рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Тираж рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Периодичность выхода рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Способ распространения рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

4. Формат рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

5. Модульная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 8. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие телевизионной рекламы.

2. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Формат телевизионных роликов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Продакт-плейсмент в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Спонсорство на телевидении.

3. Виды телевизионной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 9. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Особенности наружной рекламы.
2. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Виды наружной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.
2. Законодательство в сфере наружной рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 10. Бриф как основа создания рекламного продукта. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие брифа.
2. Бриф как основа создания рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте.
3. Основная цель и функции брифа.
4. Виды брифов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Основная структура брифа в сфере сервиса на воздушном транспорте.
2. Бриф и техническое задание: сходство и различия.
3. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 11. Бриф копирайтинга в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие и особенности брифа копирайтинга.
2. Концептуальный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Креативный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.
2. Медиабриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 12. Бриф на рекламирование услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Основные разделы клиентского брифа в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Дизайнерский бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
3. Стратегический бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Бриф статистики в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Бриф на рекламирование услуги в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 13. Визуальная составляющая рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Роль визуального образа в рекламе.
2. Визуальная составляющая рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
3. Факторы воздействия на аудиторию визуальной составляющей.

Примерные темы сообщений

1. Особенности дизайн-макета рекламы.
2. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

Тема 14. Композиция рекламного объявления в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Композиция рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Стил, фон, контраст, линии рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
3. Виды рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
4. История рекламной фотографии.

Примерные темы сообщений

1. Виды композиций рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Понятие и виды видео рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
3. Этапы написания литературного сценария.
4. Монтаж, видеосъемка и виды телевизионных роликов в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 15. Рекламные стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Понятие рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Виды рекламных стратегий в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Креативные решения теории уникального торгового предложения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.
2. Творческая разработка теории позиционирования рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Тема 16. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте

Перечень типовых вопросов для устного опроса

1. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте.

2. Стратегии проекционного типа в сфере сервиса на воздушном транспорте. 3. Проектные технологии воплощения рекламной концепции услуг на воздушном транспорте.

4. Прием «демонстрации» в сервисной деятельности на воздушном транспорте (для самостоятельного изучения).

5. Сценарное моделирование в рекламе в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Примерные темы сообщений

1. Творческие концепции рекламного обращения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

2. Рациональная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

3. Подражательная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

4. Имиджевая реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

5. Рекламный «неореализм» в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Типовые задания для письменной аудиторной работы

1. Напишите бриф для слогана по следующему плану:

1. Имя бренда; 2. Название рекламируемой организации; 3. Фирменный стиль; 4. Товарный знак, логотип, цветовое решение, шрифт; 5. Товарная категория; 6. Категория, к которой принадлежит объект рекламы; 7. Формальные характеристики; 8. Четкое описание самого товара: его размеры, функции, место производства, форма, цвет; 9. Производитель товара; 10. Страна, фирма; 11. Цена товара; 12. Целевая группа; 13. Что делает продукт, выполняя свою потребительскую функцию; 14. Процесс применения; 15. Основные конкуренты.

2. Проанализируйте рекламные фотографии с точки зрения принципов построения гармоничной композиции: сбалансированность, контраст и нюанс, пропорциональность, ритм, динамика и статика, направленность взгляда, целостность.

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточной аттестации по дисциплине «Реклама в сфере сервиса на транспорте»

1. Понятие рекламы. История рекламы.

2. Критерии оценки эффективности технологий современной рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Особенности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
4. Задачи рекламы в сфере воздушного транспорта. Функции рекламы.
5. Функции рекламы в сфере сервисной деятельности на воздушном транспорте.
6. Потребительские свойства рекламных услуг на воздушном транспорте.
7. Разработка рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.
8. Этапы разработки рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.
9. Целевая аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте.
10. Разработка маркетинговой рекламной стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте.
11. Коммуникационная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.
12. Маркетинговая рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.
13. Креативная рекламная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.
14. Медийная стратегия в сфере сервиса на воздушном транспорте.
15. Вербальный план рекламного сообщения.
16. Вербальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.
17. Структура рекламного текста в сфере сервиса на воздушном транспорте.
18. Акустический план рекламного сообщения.
19. Акустический план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.
20. Механизм организации рекламной деятельности в контактной зоне предприятия сервиса на воздушном транспорте.
21. Визуальный план рекламного сообщения.
22. Визуальный план рекламного сообщения в сфере сервиса на воздушном транспорте.
23. Компоненты оформления рекламного продукта.
24. Компоненты оформления рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте.
25. Рекламные услуги в сфере сервиса на воздушном транспорте по функциональному назначению.
26. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по типу оказывающих их субъектов.

27. Классификация (рейтингование) рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по степени выраженности их основных свойств.

28. Классификация рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте по признаку конечности использования рекламных услуг.

29. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от формы собственности.

30. Рекламные услуги на предприятиях сервиса на воздушном транспорте в зависимости от массовости потребления.

31. Иерархия рекламных услуг на предприятиях сервиса на воздушном транспорте.

32. Виды рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

33. Печатная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

34. Характеристика печатных изданий в сфере сервиса на воздушном транспорте.

35. География распространения рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

36. Читательская аудитория в сфере сервиса на воздушном транспорте.

37. Информационное содержание рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

38. Тираж рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

39. Периодичность выхода рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

40. Способ распространения рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

41. Формат рекламных материалов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

42. Модульная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

43. Понятие телевизионной рекламы.

44. Телевизионная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

45. Формат телевизионных роликов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

46. Продакт-плейсмент в сфере сервиса на воздушном транспорте.

47. Спонсорство на телевидении.

48. Виды телевизионной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

49. Особенности наружной рекламы.

50. Наружная реклама в сфере сервиса на воздушном транспорте.

51. Виды наружной рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

52. Законодательство в сфере наружной рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

53. Понятие брифа. Бриф как основа создания рекламного продукта в сфере сервиса на воздушном транспорте.

54. Основная цель и функции брифа.

55. Виды брифов в сфере сервиса на воздушном транспорте.

56. Основная структура брифа в сфере сервиса на воздушном транспорте.

57. Бриф и техническое задание: сходство и различия. Бриф товара (услуги) в сфере сервиса на воздушном транспорте.

58. Понятие и особенности бриф копирайтинга.

59. Концептуальный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.

60. Креативный бриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.

61. Медиабриф в сфере сервиса на воздушном транспорте.

62. Основные разделы клиентского брифа в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

63. Дизайнерский бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

64. Стратегический бриф в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

65. Бриф статистики в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Бриф на рекламирование услуги в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

66. Роль визуального образа в рекламе.

67. Визуальная составляющая рекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

68. Факторы воздействия на аудиторию визуальной составляющей.

69. Особенности дизайн-макета рекламы. Дизайн-макет рекламы в сфере сервиса на воздушном транспорте.

70. Композиция рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

71. Стил, фон, контраст, линии рекламного сообщения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

72. Виды рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

73. История рекламной фотографии. Виды композиций рекламной фотографии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

74. Понятие и виды видеорекламы в сервисной деятельности на воздушном транспорте. Этапы написания литературного сценария.

75. Монтаж, видеосъемка и виды телевизионных роликов в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

76. Понятие рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

77. Виды рекламных стратегий в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

78. Креативные решения теории уникального торгового предложения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

79. Творческая разработка теории позиционирования рекламной стратегии в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

80. Рационалистические стратегии в сфере сервиса на воздушном транспорте.

81. Стратегии проекционного типа в сфере сервиса на воздушном транспорте.

82. Проектные технологии воплощения рекламной концепции услуг на воздушном транспорте.

83. Прием «демонстрации» в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

84. Сценарное моделирование в рекламе в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

85. Творческие концепции рекламного обращения в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

86. Рациональная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

87. Подражательная реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

88. Имиджевая реклама в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

89. Рекламный «неореализм» в сервисной деятельности на воздушном транспорте.

Типовые практические задания для проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине «Реклама в сфере сервиса на транспорте»

1. Приведите практический пример применения основных закономерностей рекламной деятельности в сфере сервиса на воздушном транспорте в авиакомпании.

2. Охарактеризуйте на конкретном примере (в авиакомпании) возможности рекламной коммуникации в устной и письменных формах в сфере сервиса на воздушном транспорте.

3. Охарактеризуйте на конкретном примере (в авиакомпании) этапы применять организации рекламной деятельности в контактной зоне сотрудниками предприятия сервиса на воздушном транспорте.

10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая во 2 семестре к изучению дисциплины «Реклама в сфере сервиса на транспорте», 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» (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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте», 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 рекламы 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 дисциплине «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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 письменной аудиторной работы (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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте». 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте». 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 «Реклама в сфере сервиса на транспорте» 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:

к.ф.н., доцент



Смородина В.А.

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)