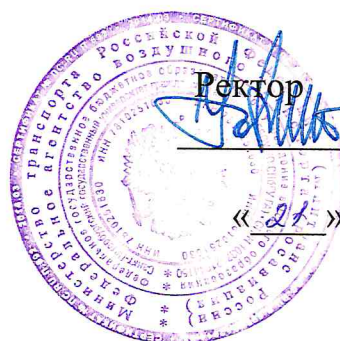




**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ



Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

« 21 » октября 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация выставочной деятельности в авиабизнесе

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Санкт-Петербург

2021

1 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Организация выставочной деятельности» является формирование у студентов знаний о понятиях и направлениях выставочной деятельности, умений планировать организацию и проведение выставочных мероприятий, навыков использования рекламных и пиар-технологий в организации выставочной деятельности.

Задачами освоения дисциплины являются

- изучение концептуальной основы выставочной деятельности,
- исследование этапов подготовки и реализации выставочного мероприятия,
- формирование навыков планирования и проведения рекламных и пиар-кампаний как инструментов продвижения выставочных мероприятий,
- формирование навыков подготовки, производства и распространения рекламных и пиар-текстов при продвижении выставочных мероприятий.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к маркетинговому, авторскому, организационному и проектному видам профессиональной деятельности

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» представляет собой дисциплину по выбору, относящуюся к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 дисциплин.

Дисциплина «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: Основы теории коммуникации, Введение в коммуникационные специальности, Теория и практика связей с общественностью.

Дисциплина является обеспечивающей для дисциплин: Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина изучается в 6 семестре.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ОПК-5	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами
ИД1 _{опк5}	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ИД2 _{опк5}	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ИД1 _{опк6}	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ИД2 _{опк6}	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- основные направления работы пиар-специалиста по организации выставочной деятельности.

Уметь:

- организовывать работу пиар-службы по продвижению выставочных проектов и мероприятий.

Владеть:

- навыками работы в организационных структурах, участвующих в продвижении выставочных проектов и мероприятий.

4 Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» составляет 3 зачётные единицы, 108 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры/Курсы
		6 семестр /3 курс
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
контактная работа, всего	36,3	36,3
лекции	18	18
практические занятия	18	18
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	63	63
Промежуточная аттестация	9	9

5 Содержание дисциплины

5.1 Соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-5	ОПК-6		
Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности	12	+	+	ВК, Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 2. Рынок выставочного бизнеса	16		+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора.	12	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента	12	+		Л, ПЗ СРС	У, Дс
Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности	12	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности	12	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности	11			Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Итого по дисциплине	99				

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-5	ОПК-6		
Промежуточная аттестация	9				
Всего по дисциплине (модулю)	108				

Сокращения: ВК – входной контроль, Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Дс- дискуссия

5.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 2. Рынок выставочного бизнеса	4	4		8		16
Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора.	2	2		8		12
Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента	2	2		8		12
Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности	2	2		8		12

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности	2	2		7		11
Итого за семестр	18	18		63		99
Промежуточная аттестация						9
Итого по дисциплине						108

5.3 Содержание дисциплины

Тема 1 Концептуальное представление о выставочной деятельности

Выставки как элемент интегрированных коммуникаций. Основные понятия выставочной деятельности. Классификация выставок. Субъекты выставочной деятельности. Цели и задачи выставочной деятельности.

Тема 2 Рынок выставочного бизнеса

История возникновения и развития выставочной отрасли. Развитие выставочной отрасли в зарубежных странах. История развития выставочной отрасли в России. Факторы, влияющие на развитие выставочной отрасли. Субъекты рынка выставочного бизнеса. Роль государства в развитии выставочной отрасли.

Тема 3 Планирование выставочной деятельности организатора

Основные этапы планирования выставочной деятельности. Особенности подготовительного этапа. Определение типа выставки и выделение целевых аудиторий. Подготовка документов. Этап анонсирования. Этап проведения выставочного мероприятия. Деятельность организаторов после завершения выставочного мероприятия. Факторы, определяющие участие экспонента в выставке.

Тема 4 Планирование выставочной деятельности экспонента

Цели участия в выставке. Коммуникационные мероприятия. Взаимодействие экспонента с организаторами. Подготовка, дизайн и оформление выставочной экспозиции, стенда. Организация работы персонала

на выставочном мероприятии. Планирование основных и околорыставочных, специальных мероприятий. Планирование работы с посетителями. Определение бюджета участия в выставке.

Тема 5 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности

Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности организаторов. Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности экспонентов. Основные проблемы участия экспонента в выставках. Типичные ошибки в организации выставочной деятельности.

Тема 6 Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности

Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта. Определение целевых аудиторий. Исследование выставочной среды. Пиар-технологии в организации выставочной деятельности. Подготовка и распространение пиар-документов. Планирование и проведение пиар-мероприятий. Оценка эффективности пиар-деятельности во время проведения выставок.

Тема 7 Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности

Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта. Виды и назначение рекламы в выставочной деятельности. Использование рекламных технологий в организации выставочной деятельности. Подготовка и распространение рекламной продукции. Оценка эффективности рекламных мероприятий.

Тема 8 Методы оценки эффективности выставочной деятельности

Основные направления в исследованиях эффективности выставочной деятельности. Методы количественной оценки эффективности организации выставки. Методы количественной оценки эффективности участия в выставке экспонента. Методы оценки экономической эффективности выставки. Методы оценки коммуникативной эффективности выставки.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
1	Практическое занятие № 1 Классификация выставок.	2
2	Практическое занятие № 2 Развитие выставочной отрасли в зарубежных странах.	2
2	Практическое занятие № 3 История развития выставочной отрасли в России.	2
3	Практическое занятие № 4 Основные этапы планирования выставочной деятельности организатора.	2
4	Практическое занятие № 5 Планирование выставочной деятельности экспонента	2
5	Практическое занятие № 6 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности	2
6	Практическое занятие № 7 Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта.	2
7	Практическое занятие № 8 Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта.	2
8	Практическое занятие № 9 Методы оценки эффективности организации выставки.	2
Итого за семестр:		18
Итого по дисциплине (модулю):		18

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	8
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу	7
Итого за семестр:		63
Итого по дисциплине (модулю):		63

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/B2D803C7-A64E-44B1-82EA-6280C3ABDEB3
- 2 Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 262 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6760-9. — Режим доступа :

www.biblio-online.ru/book/55AFE16E-C078-4D1C-A1D3-2C70EFBF0A99.

б) дополнительная литература:

- 3 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Т. Зуб. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 422 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-7320-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8F85CC85-28D9-424E-8832-457EEC07E2B4.
- 4 Управление проектами : учебник и практикум для СПО / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общ. ред. Е. М. Роговой. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/50FF935B-E3BC-4588-9117-2FDE5D3C2959
- 5 Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864.

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

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- 6 **Журнал «Советник»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.SOVETNIK.ru , свободный (дата обращения: 30.08.2021).
- 7 **Журнал «Сообщение»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
- 8 **Журнал PR-Week** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.prweek.com/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
- 9 **International Association of Business Communicators** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
- 10 **Российская ассоциация по связям с общественностью** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

1. **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
2. **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
3. **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный. (дата обращения: 30.08.2021).
4. **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).
5. **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный. (Дата обращения: 29.01.2021)

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование учебных предметов, дисциплин практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
<p>Организация выставочной деятельности в авиабизнесе</p>	<p>Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Комплект учебной мебели (24 места) Мультимедийный проектор AcerX1261P НоутбукПК Asus, ЭкранLumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет</p>	<p>196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А</p>

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимого для изучения дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина. (пункт 5,1)

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 теории межличностной коммуникации 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 может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Интерактивные лекции в форме проблемных лекций характеризуются освоение компетенций реализуется в ходе решения определенной проблемы или группа проблем посредством механизма дискуссии. Проблемные лекции проводятся по всем темам дисциплины (трудоемкость – 14 академических часов). Интерактивная лекция может сопровождаться демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно иллюстрационные материалы

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

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.

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 в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств является осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета.

Фонд оценочных средств дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» включает: устные опросы, дискуссии.

Устный опрос проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции. (пункт 5,1)

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. (пункт 5,1)

Дискуссия - целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в конце 6 -го семестра.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи зачета должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях,

правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
Лекция 1	2	3	1	
Практическое занятие 1	2	5	1	
Лекция 2	2	3	2	
Практическое занятие 2	3	5	3	
Лекция 3	2	3	4	
Практическое занятие 3	3	5	5	
Лекция 4	2	3	6	
Практическое занятие 4	3	5	7	
Лекция 5	2	3	8	
Практическое занятие 5	3	5	9	
Лекция 6	3	3	10	
Практическое занятие 6	3	5	11	
Лекция 7	2	3	12	
Практическое занятие 7	3	5	13	
Лекция 8	2	3	14	
Практическое занятие 8	3	4	15	
Лекция 9	2	3	16	
Практическое занятие 9	3	4	17	
Итого по обязательным видам	45	70		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Примечание
	минимальное значение	максимальное значение		
занятий				
Зачет	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «неудовлетворительно»		

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

В процессе преподавания дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов по вопросам тем практических занятий;
- проведение устных опросов. (пункт 5,1)

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная

программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на практические занятия и проведение консультаций.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- оценка ответов на устный опрос. (пункт 5,1)

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» предусмотрен зачет. Для допуска к нему необходимо предоставить все работы, выполняемые в течение семестра.

Зачет проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Вопросы по дисциплине «Основы теории коммуникации»

- 1 Понятие и виды PR-технологий.
- 2 Понятие и виды рекламных технологий.
- 3 Понятие «маркетинг-микс».
- 4 Понятие «интегрированные коммуникации»

Вопросы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»

- 1 Понятие и направления маркетинговой деятельности.
- 2 Понятие «маркетинг-микс».
- 3 Характеристика системы маркетинговых коммуникаций.

4 Виды маркетинговых коммуникаций.

Вопросы по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности»:

1 Понятие и классификация видов рекламы.

2 Виды рекламных технологий.

3 Основные направления пиар-деятельности.

4 Классификация пиар-мероприятий.

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

Компетенции	Критерии	Показатели
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью.	Знает: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью.
	Уметь: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.	Умеет: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.
	Владеть: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.	Владеет: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.	Знает: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.
	Уметь: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.	Умеет: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.

Компетенции	Критерии	Показатели
	Владеть: навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры.	Владеет: навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

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

При наборе менее 15 баллов – зачетне сдан по причине недостаточного уровня знаний.

Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета

Ответы на вопросы билета 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 студентом продемонстрировано 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 учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

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

7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

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

9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

СМ п.5.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (Устный опрос)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1 Концептуальное представление о выставочной деятельности

Вопросы:

- 1 Основные понятия выставочной деятельности.
- 2 Классификация выставок.
- 3 Субъекты выставочной деятельности.

Тема 2 Рынок выставочного бизнеса

Вопросы:

- 1 История возникновения и развития выставочной отрасли.
- 2 Факторы, влияющие на развитие выставочной отрасли.
- 3 Субъекты рынка выставочного бизнеса.

4 Роль государства в развитии выставочной отрасли.

Тема 3 Планирование выставочной деятельности организатора

Вопросы:

1 Основные этапы планирования выставочной деятельности

2 Определение типа выставки и выделение целевых аудиторий.

3 Деятельность организаторов после завершения выставочного мероприятия.

4 Факторы, определяющие участие экспонента в выставке.

Тема 4 Планирование выставочной деятельности экспонента

Вопросы:

1 Виды коммуникационных мероприятий.

2 Взаимодействие экспонента с организаторами.

3 Организация работы персонала на выставочном мероприятии.

4 Основные, околотоварные, специальные мероприятия.

Тема 5 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности

Вопросы:

1 Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности организаторов.

2 Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности экспонентов.

3 Типичные ошибки в организации выставочной деятельности.

Тема 6 Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности

Вопросы:

1 Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта.

2 Пиар-технологии в организации выставочной деятельности.

3 Виды используемых пиар-документов.

4 Методы оценки эффективности пиар-деятельности во время проведения выставок.

Тема 7 Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности

Вопросы:

1 Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта.

2 Виды и назначение рекламы в выставочной деятельности.

3 Рекламные технологии в организации выставочной деятельности.

Тема 8 Методы оценки эффективности выставочной деятельности

Вопросы:

- 1 Основные направления в исследованиях эффективности выставочной деятельности.
- 2 Методы количественной оценки эффективности организации выставки.
- 3 Методы оценки коммуникативной эффективности выставки.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет

- 1 Понятие, классификация выставок.
- 2 Субъекты выставочного рынка.
- 3 Цели и задачи выставочной деятельности.
- 4 История развития выставочной отрасли в России.
- 5 Основные этапы планирования выставочной деятельности.
- 6 Планирование выставочной деятельности экспонента.
- 7 Подготовка, дизайн и оформление выставочной экспозиции, стенда.
- 8 Планирование основных и околотоварных, специальных мероприятий.
- 9 Определение бюджета участия в выставке.
- 10 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности.
- 11 Типичные ошибки в организации выставочной деятельности.
- 12 Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта.
- 13 Пиар-технологии в организации выставочной деятельности.
- 14 Подготовка и распространение пиар-документов.
- 15 Оценка эффективности пиар-деятельности во время проведения выставок.
- 16 Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта.
- 17 Подготовка и распространение видов рекламной продукции.
- 18 Оценка эффективности рекламных мероприятий.
- 19 Основные направления в исследованиях эффективности выставочной деятельности.
- 20 Методы количественной оценки эффективности организации выставки.
- 21 Методы оценки коммуникативной эффективности выставки.

Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

Задача 1

Компания-производитель детской одежды «Солнышко» на

протяжении нескольких лет является постоянным участником специализированных выставок. Для того чтобы увеличить количество дилеров среди своих клиентов, руководство компании приняло решение об участии на выставке детской одежды и товаров для детей в Екатеринбурге, которая позиционировалась как оптовое экспомероприятие. За несколько дней до начала работы выставки выяснилось, что далеко не все экспоненты являются представителями данного рынка, к тому же из-за присутствия на ней представителей розничной торговли выставка носит, скорее, оптово-розничный характер.

Сотрудникам компании, присутствующим на выставке, необходимо срочно найти оригинальное маркетинговое решение, способствующее привлечению целевых потребителей. Предложите свои варианты.

Задача 2

Мебельная компания «Style» является участником крупнейших мебельных выставок России. Участвуя в одной из выставок в Санкт-Петербурге, «Style» выбрала в качестве выставочной стратегии – проникновение на рынок. Необходимо стимулировать продажи с помощью существующих товаров. Цели участия в выставке у «Style» по отношению к новым клиентам – мотивировать их совершить закупки; по отношению к старым – осуществлять более высокие продажи.

Компании нужно разработать выставочные маркетинговые технологии, ориентированные на покупателя.

Задача 3

Компания-производитель женского белья «Ева» первый раз участвует в крупной международной выставке товаров легкой промышленности с новыми коллекциями. Сотрудникам отдела маркетинга, работающим на экспозиции, необходимо провести первичную оценку эффективности выставки непосредственно во время её проведения. Среди поставленных задач – выявление интереса к продукции компании у посетителей, изучение их поведения, сбор другой информации о посетителях стенда.

Предложите методы оценки эффективности выставочного проекта для данной организации.

Задача 4

Компании-производителю медицинского оборудования предложено принять участие в одной из профильных выставок, которая должна пройти в г. Краснодаре. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск партнеров, выход на новые рынки, маркетинговая разведка, формирование имиджа.

Сформулируйте цели и задачи участия в выставке для компании.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. 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, 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 данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

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. 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. Рекомендуются 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 рубрикации 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 промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий 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. (пункт 5.1)
- проводит тестирование (пункт 5.1)

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и

обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал 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 учебной 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 текущего контроля в п. 9.6);

- подготовку докладов (пункт 5.1)

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. 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. 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 промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями
ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1
«Философии и социальных коммуникаций» « 21 » 08 2021 года,
протокол № 4.

Разработчик:

к.с.н.

 Таджибова Л.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к.ф.н., доцент



Майор М.Н.,

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент



Майор М.Н.,

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического
совета Университета « 20 » 10 2021 года, протокол № 2.