

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)**

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

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор-проректор по  
учебной работе



*[Signature]* Н.Н. Сухих

2019 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
АВИАБИЗНЕСА**

Направление подготовки:  
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность программы (профиль):  
**Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе**

Квалификация (степень) выпускника:  
**бакалавр**

Форма обучения:  
**очная**

Санкт-Петербург  
2019

## **1 Цели освоения дисциплины**

**Целями** освоения дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является ...понимание студентами необходимости создания организацией собственного коммуникативного пространства, знание основных направлений работы в развитии коммуникационного обеспечения авиабизнеса, учет особенностей работы пресс-структур авиапредприятий...и авиакомпаний

**Задачами** освоения дисциплины являются: формирование способности создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, способности использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, умения учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

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

## **2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» входит в Базовую часть Блока 1 Дисциплины .

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью  
Теория и практика связей с общественностью

Логика и теория аргументации

...Основы теории коммуникации Организация и проведение коммуникационных кампаний,

Стратегии и тактики деловых переговоров

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является обеспечивающей для следующих дисциплин: Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью

Аналитика дискурса авиабизнеса

Дисциплина изучается в 7 семестре.

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ОПК 1;	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ИД1 опк-1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
ОПК 2;	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ИД1 опк-2	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
ОПК 6;	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ИД1 опк-6	1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ПК 2;	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ИД1 пко-2	Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний, специальных мероприятий, технологии копирайтинга, медиарилейшнз и

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
	медиапланирования, в продвижении и оптимизации деятельности авиакомпаний и отраслевых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах российских авиакомпаний и отраслевых организаций.
ПК 3;	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ИД1 пко-3	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

типологию, цели, функции, специфику рекламных и PR-текстов, специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения, стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, технологии медиарилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга, стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий, особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Уметь:

формулировать уникальное торговое предложение; создавать информационный повод; структурировать и оптимизировать информацию в зависимости от цели написания текста и типа целевой аудитории, критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений, решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования, использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде, учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью,

Владеть:

стилями письменной речи; способами выражения эмоционального отношения в письменной речи, навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн и оффлайн среде, навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

#### 4 Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» составляет 4 зачётные единицы, 144 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры
		7 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
контактная работа, всего	58,5	58,5
лекции	28	28
практические занятия	28	28
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	52	52
Промежуточная аттестация	36	36

## 5 Содержание дисциплины

### 5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции					Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-6	ПК-2	ПК-3		
Тема 1		+		+			ВК, Л, ПЗ, СРС	У,
Тема 2		+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 3		+		+		+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 4		+	+		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 5			+		+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 6			+	+		+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 7		+		+	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 8			+	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 9			+		+		Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 10				+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 11		+	+		+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 12		+		+		+	Л, ПЗ, СРС	У, Д,
Тема 13			+	+		+	Л, ПЗ, СРС	У, Д, Дс

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции					Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-6	ПК-2	ПК-3		
Тема 14				+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д, Дс
Итого по дисциплине	108							
Промежуточная аттестация	36							
Всего по дисциплине	108							

Сокращения: ВК– входной контроль, Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест,

## 5.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1 Коммуникационное пространство организации.	2	2		3		7
Тема 2 Медиарелейшнз. Структура и принципы организации пресс- службы.	2	2		3		7
Тема 3 Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности	2	2		3		7



Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 4 Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры.	2	2		3		7
Тема 5 Штатное расписание и структура пресс-службы	2	2		4		8
Тема 6. Основные направления в работе пресс-служб.  Основные понятия медиарелейшнз, технологии взаимодействия с журналистами.	2	2		4		8
Тема 7 Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы	2	2		4		8
Тема 8 Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а также в структуре пресс- службы. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря.	2	2		4		8
Тема 9 Аккредитация	2	2		4		8
Тема 10 Информационно-аналитическая работа современной пресс-службы. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.	2	2		4		8

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 11 Права и обязанности пресс-секретаря.	2	2		4		8
Тема 12 Основные направления в работе пресс-служб авиапредприятий	2	2		4		8
Тема 13 Основные направления и принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций	2	2		4		8
Тема 14 Функции и задачи пресс-службы авиакомпаний	2	2		4		8
Итого за семестр	28	28		52		108
Промежуточная аттестация						36
Итого по дисциплине						144

### 5.3 Содержание дисциплины

#### Тема 1

#### **Коммуникационное пространство организации.**

Внешние и внутренние коммуникации. Значение формирования коммуникативного пространства предприятия. Основные субъекты коммуникаций организации. Пресс-служба как организатор эффективных коммуникаций

#### Тема 2.

#### **Медиарилейшнз. Структура и принципы организации пресс-службы.**

История формирования пресс-служб Общественно-политические

предпосылки зарождения отечественных пресс-релишнз. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба. Формирование ныне действующей системы пресс-релишнз. Субъекты современных пресс-релишнз, их взаимоотношения в медиапространстве.

### **Тема 3**

**Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.** Российские государственные пресс-службы. Пресс-службы частных структур. Пресс-службы общественных структур. Сходство и различия в работе основных типов пресс-служб.

Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности:

- пресс-службы государственных органов исполнительной, представительной и судебной власти;
- пресс-службы политических партий и движений;
- пресс-службы общественных организаций;
- пресс-службы коммерческих предприятий;
- пресс-службы финансовых организаций и учреждений;
- пресс-службы государственных бюджетных учреждений и организаций (учебные заведения, учреждения здравоохранения, науки и культуры);
- пресс-службы спортивных организаций и учреждений;
- пресс-службы творческих союзов;
- пресс-службы профессиональных организаций и учреждений;
- пресс-службы субъектов рекламно-информационной деятельности;
- пресс-службы средств массовой информации.

### **Тема 4**

**Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры.** Место пресс-службы в структуре разных типов учреждений и организации. Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с СО - подразделением. Федеральная и региональная специфика в деятельности современных

пресс-служб. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти в регионе.

## **Тема 5**

**Штатное расписание и структура пресс-службы.** Положение о пресс-службе учреждения, организации, предприятия. Руководитель пресс-службы. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы. Специфика работы пресс-службы в государственных органах. Квалификационные требования к работникам пресс-службы.

## **Тема 6**

**Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.**

Основные целевые аудитории пресс-служб государственных органов власти. Выбор приоритетного канала коммуникации. Единство информационной, организационной и информационно-аналитической деятельности пресс-службы.

Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация, оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность. Основные виды пиар-текстов и особенности их создания. Спиндоктор.

## **Тема 7**

**Основные понятия медиарилейшнз, технологии взаимодействия с журналистами.**

Формы и методы работы современной пресс-службы. Аккредитация журналистов.

**Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы.**

Способы и основные правила общения с прессой. Конфиденциальность и открытость в работе со СМИ и их представителями. Официальные и неофициальные аспекты отношений сотрудников пресс-службы с внешней общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур.

Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресс-туры, предосмотры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии.

## **Тема 8**

**Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а также в структуре пресс- службы. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря.**

Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления. Пресс-секретарь Президента РФ. Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. Пресс-секретарь губернатора Санкт-Петербурга. Пресс-секретарь структурного подразделения региональной системы управления.

Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности. Аккредитация журналистов. Организационные принципы проведения аккредитации. Правила аккредитации. Специфика аккредитации в различных структурах. Значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом.

## **ТЕМА 9 Аккредитация**

Организационные принципы проведения аккредитации. Правила аккредитации. Специфика аккредитации в различных структурах. Значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом.

**Тема 10 Информационно-аналитическая работа современной пресс-службы . Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.**

Информационно-аналитическая работа пресс-службы , ее цели и значение.

Мониторинг Разработка и поддержка сайта организации

Основные виды информационно-аналитических материалов : пресс-дайджест и пресс-клиппинг. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.

Оценка эффективности работы пресс-службы. Годовой отчет.

## **Тема 11 Права и обязанности пресс-секретаря.**

Действующее законодательство РФ и профессиональные стандарты о взаимоотношениях пресс-службы со СМИ

Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления. Пресс-секретарь Президента РФ. Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. Пресс-секретарь губернатора Санкт-Петербурга. Пресс-секретарь структурного подразделения региональной системы управления.

Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности. Спичрайтинг. Виды красноречия.

Основные риторические приемы

## **Тема 12 Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня**

Особенности деятельности пресс-службы коммерческой организации. Структура, методы работы пресс-службы. Целевые аудитории, план мероприятий для разных целевых аудиторий. Критерии эффективности работы пресс-службы.

Основные задачи пресс-службы авиапредприятия: Отношения со СМИ, их установление и координация,

Воздействие на широкие массы общественности, Разработка моделей антикризисного управления, Поддержание отношений с нынешними клиентами, Поддержание отношений со специальными группами – поставщиками, студентами, некоммерческими организациями. Работа с корпоративным стилем и фотографиями, Организация исследований общественного мнения. Управленческое консультирование.

## **Тема 13 Основные направления и принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций**

Информационная работа как форма государственного управления в кризисных ситуациях. Понимание сути кризиса. Типология кризисных ситуаций.

Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности.

Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана.

Особенности использования различных типов СМИ в условиях кризиса. Спин-доктор и преодоление последствий кризиса.

#### **Тема 14 Функции и основные направления в работе пресс-служб авиакомпаний**

Информационная функция направлена на выработку информационной политики, ее стратегии и тактики. • Организационно-технологическая функция - проведение и организация активных акций, PR-кампаний, различного уровня деловых встреч, выставок, конференций. • Консультативно-методическая функция - разработка концептуальных моделей сотрудничества и социального партнерства, программ, акций и кампаний PR. • Престижная функция . Барьерная функция - преодоление препятствий, связанных с конкурентной борьбой, непредвиденными и кризисными ситуациями, вредными слухами, возможными конфликтами. Гуманистическая функция предназначена для формирования социальной ответственности, корпоративного стиля, организационной культуры, установления атмосферы доверия, взаимопонимания и согласия.

Основные направления деятельности пресс-службы авиакомпании: подготовка информации для массовой аудитории и распространение ее по каналам СМИ, производство информации для специалистов и организаций, непосредственно связанных с авиакомпанией, издание информационных сборников, брошюр, газет и журналов, подготовка внутриорганизационной информации, анализ материалов СМИ о компании.

#### 5.4 Практические занятия (семинары)

Номер раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
	7 семестр	
1	Практическое занятие № 1	2
2	Практическое занятие № 2	2
3	Практическое занятие № 3	2
4	Практическое занятие № 4	2
5	Практическое занятие № 5	2
6	Практическое занятие № 6	2
7	Практическое занятие № 7	2
8	Практическое занятие № 8	2
9	Практическое занятие № 9	2
10	Практическое занятие № 10	2
11	Практическое занятие № 11	2
12	Практическое занятие № 12	2
13	Практическое занятие № 13	2
14	Практическое занятие № 14	2
Итого за семестр		28
Итого по дисциплине		28

#### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.



## 5.6 Самостоятельная работа

Номер раздела дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
1	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 и докладам.	<b>3</b>
2	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 и докладам.	<b>3</b>
3	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 и докладам.	<b>3</b>
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 и докладам.	<b>3</b>
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 и докладам.	<b>4</b>
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по	<b>4</b>

Номер раздела дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	<p>основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	
7	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	<b>4</b>
8	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	<b>4</b>
9	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	<b>4</b>
10	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	<b>4</b>
11	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и докладам.</p>	<b>4</b>
12	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по</p>	

Номер раздела дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и докладам.	
13	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 и докладам.	4
14	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 и докладам.	4
Итого за семестр		52
Итого по дисциплине		52

## 5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература

- 1 Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 109 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05740-9. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8](http://www.biblio-online.ru/book/508EE4F6-D4F7-4C9D-8CA9-364D7AC1D2F8).
- 2 Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 173 с. — (Серия : Бакалавр.

- Академический курс). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193](http://www.biblio-online.ru/book/849E155B-35CD-4022-8918-586BEBD44193).
- 3 Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 263 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-V937-F1E53D6A50AD](http://www.biblio-online.ru/book/7D1B232D-29AF-4F6C-V937-F1E53D6A50AD).
  - 4 Современная пресс-служба [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Гос. и муницип. упр-е" / В. В. Ворошилов; СПб. гос. ун-т сервиса и экономики. -: КНОРУСБ.м., 2017. - 222с. -  
Режим доступа: [http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199\\_000009\\_009478123/](http://xn--90ax2c.xn--p1ai/catalog/000199_000009_009478123/)
  - 5 Гнетнев А.И. Филь М.С. Современная пресс-служба/Учебник – Ростов–на-Дону: Феникс, 2010 -414 с. ISBN 978-5-222-16235-4
  - 6 Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. О-75 М.А. Василика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.: ил.
  - 7 18BK 5-8297-0135-9 (в пер.)

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

- 1 **Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки»** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).
- 2 **Журнал «Вопросы философии»** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).
- 3 **Журнал «Социологические исследования»** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).
- 4 **Административно-управленческий портал** [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).
- 5 **Aviation Explorer** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

6 **Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

7 **Федеральная служба государственной статистики** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

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

8 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

9 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

10 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

11 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

12 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsosman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2019).

13 Программа статистической обработки данных SPSS 18

## 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, 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	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

	программного обеспечения	договор)
Коммуникационное обеспечение авиабизнеса	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	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

## 8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» 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.

**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.

**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**

Фонд оценочных средств дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» 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 экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» включает доклады, устные опросы, дискуссии

**Доклад** – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов

решения определенной, учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

**Устный опрос** проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Контроль выполнения задания, выдаваемого на самостоятельную работу, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки или организации обязательной консультации. Проверка выданного задания производится не реже чем один раз в две недели.

**Промежуточная аттестация** проводится в виде экзамена в конце 7 -го семестра.

Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы

К моменту сдачи экзамена 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 по дисциплине**

Не применяется.

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

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.



«зачтено»: обучающийся самостоятельно правильно решает задачу, дает

Доклад:

«зачтено»: грамотное и непротиворечивое изложение сути вопроса при использовании современных источников. Обучающийся способен сделать обоснованные выводы, а также уверенно отвечать на заданные в ходе обсуждения вопросы;

«не зачтено»: неудовлетворительное качество изложения материала и неспособность обучающегося сделать обоснованные выводы или рекомендации.

Письменная аудиторная работа:

«зачтено»: работа зачитывается в том случае, если задание выполнено полностью, в соответствии с поставленными требованиями и сделаны необходимые выводы;

«не зачтено»: работа не зачитывается в том случае, если обучающийся не выполнил задания, или результат выполнения задания не соответствует поставленным требованиям, а в заданиях и (или) ответах имеются существенные ошибки.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена

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,

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 доклады.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» предусмотрен экзамен.

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

Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации

*«Отлично»* выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания по рассматриваемой компетенции и умение уверенно применять их на практике при решении задач, свободное и правильное обоснование принятых решений. Отвечая на вопрос, может быстро и безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами.

*«Хорошо»* выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задачи некоторые неточности, хорошо владеет всем содержанием, видит взаимосвязи, но не всегда делает это самостоятельно без помощи преподавателя. Обучающийся решает задачу верно, но при помощи преподавателя.

*«Удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы в рамках заданной компетенции, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации. Отвечает только на конкретный вопрос, соединяет знания из разных разделов курса только при наводящих вопросах преподавателя. *«Неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины в рамках компетенций, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач. Не раскрыты глубина и полнота при ответах.

### **9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине**

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам**

- 1 Коммуникативные и экономические цели рекламы
- 2 Реклама в политической деятельности

### 3 Реклама товаров как инструмент продвижения

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

Компетенции	Критерии	Показатели
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: типологию, цели, функции, специфику рекламных и PR-текстов.	1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.  2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
	Уметь: формулировать уникальное торговое предложение; создавать информационный повод; структурировать и оптимизировать информацию в зависимости от цели написания текста и типа целевой аудитории.	
	Владеть:  - стилями письменной речи; способами выражения эмоционального отношения в пись-	

Компетенции	Критерии	Показатели
	менной речи	
<p>ОПК-2                   Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>. Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории</p> <p>Уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p> <p>Владеть: : навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.</p>	<p>1.Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>2.Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
<p>ОПК-6                      Способен использовать                      в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии</p>	<p>Знать:                      специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.</p>	<p>1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p> <p>2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
	<p>Уметь: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.-</p>	
	<p>Владеть:                      навыками подготовки рекламной продукции                      в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры</p> <p>-</p> <p>-</p>	

Компетенции	Критерии	Показатели
<p>ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>Знать:</p> <p>закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории.</p>	<p>1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний, специальных мероприятий, технологии копирайтинга, медиарилейшнз и медиапланирования, в продвижении и оптимизации деятельности авиакомпаний и отраслевых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах российских авиакомпаний и отраслевых организаций.</p> <p>2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для российских авиакомпаний и отраслевых организаций.</p>
	<p>Уметь:</p> <p>критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p> <p>-</p>	<p>Умеет критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
	<p>Владеть:</p> <p>навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.</p> <p>-</p> <p>-</p>	<p>владеет навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.</p>
<p>ПК-3                      Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знать:</p> <p>особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>2. Создает информационные поводы, сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, инструменты трансляции миссии и философии организации целевым аудиториям с учетом мирового и отечественного опыта</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
	<p>Уметь:</p> <p>- учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании, использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.</p> <p>-</p>	<p>Учитывает специфику коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, учитывает каналы и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, умеет использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.</p>
	<p>Владеть:</p> <p>:навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-</p>	<p>Владеет навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов</p>



Компетенции	Критерии	Показатели
	кампании, инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине**

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

#### **Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса:**

##### **Тема 1**

##### **Коммуникационное пространство организации.**

1. Каковы целевые аудитории внешних коммуникаций компании?
2. Каковы целевые аудитории внутренних коммуникаций?
3. Кто является субъектом коммуникаций компании?
4. Какое место занимают связи со СМИ в формировании коммуникационного пространства организации?
5. Какие функции выполняют внешние коммуникации в компании?

##### **Тема 2**

##### **Медиарилейшнз. Структура и принципы организации пресс-службы.**

Какие принципы лежат в основе деятельности пресс-службы ?

Какова структура современной пресс-службы?

### **Тема 3**

#### **Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности**

1. Каковы условия появления пресс-служб в России?
2. Какие виды пресс-служб вы знаете?
3. В чем особенности работы государственных пресс-служб федерального уровня?

### **Тема 4**

#### **Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры.**

1. Какие функции выполняет пресс –подразделение в организации ?
2. В чем особенности взаимоотношений пресс-службы с пиар структурами региональных и местных органов власти?

### **Тема 5**

#### **Штатное расписание и структура пресс-службы.**

1. Какие документы определяют штатное расписание и структуру пресс-службы?
2. Как связаны структура пресс-службы и ее функции?

### **Тема 6**

#### **Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.**

1. Что такое управление СМИ и информацией?
2. Что необходимо для формирования собственного информационного потока?
3. Какие приемы манипулирование информацией вам известны?
4. В чем суть организационной работы пресс-службы?

## **Тема 7**

### **Основные понятия медиарелейшнз, технологии взаимодействия с журналистами.**

1. Какие формы и методы работы современной пресс-службы вам известны?
2. Какие виды пиар-текстов использует пресс-служба?
4. Какие основные правила общения с прессой вам известны?

## **Тема 8 Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы**

1. Какие виды медиапланирования использует пресс-служба?
2. Что такое медиалист?
3. Что такое медиакарта?

## **ТЕМА 9 Аккредитация**

1. Какие принципы проведения аккредитации вам известны?
2. Какие правила используются при аккредитации ?
3. В чем значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом?

## **Тема 10 Информационно-аналитическая работа современной пресс-службы . Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.**

1. В чем значение информационно-аналитической работы пресс-службы ?
2. Что такое мониторинг и для чего он служит?
3. Каковы направления работы по разработке и поддержке сайта организации ?
4. Что такое пресс-дайджест и пресс-клиппинг?
5. В чем сущность контент-анализа?
6. Какие критерии оценки эффективности работы пресс-службы вам известны?

## **Тема 11 Права и обязанности пресс-секретаря.**

2. Каковы функции пресс-секретаря в структуре высших органов государственного управления?

3. Какие задачи решает пресс-секретарь руководителей регионального уровня?

4. В чем особенности работы пресс-секретаря в коммерческой структуре?

5. Что такое спичрайтинг?

## **Тема 12**

### **Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня**

1. В чем особенности деятельности пресс-службы коммерческой организации?

2. Каковы основные задачи пресс-службы авиапредприятия?. 4. Какие целевые аудитории важны для пресс-службы авиапредприятия?

## **Тема 13**

### **Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций**

1. Каковы особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса? Подготовка заявления для общественности.

2. Что такое Антикризисное планирование?

3. Какова структура антикризисного плана?

5. Что такое Спин-доктор ?

## **Тема 14**

### **Функции и задачи пресс-службы авиакомпаний**

1. Каковы основные функции пресс-служб авиакомпаний?

2. В чем суть информационной функции ?

3. Как осуществляется организационно-технологическая функция? ??

Функция?

## **Темы докладов**

### **Тема 1**

#### **Коммуникационное пространство организации.**

1. Внешние и внутренние коммуникации.
2. Значение формирования коммуникативного пространства предприятия.
3. Основные субъекты коммуникаций организации.
4. Пресс-служба как организатор эффективных коммуникаций

### **Тема 2**

#### **Медиарелейшнз. Структура и принципы организации пресс-службы.**

1. История формирования пресс-служб. Общественно-политические предпосылки зарождения отечественных пресс-релейшнз.
2. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба.
3. Формирование ныне действующей системы пресс-релейшнз.
4. Субъекты современных пресс-релейшнз, их взаимоотношения в медиапространстве

### **Тема 3**

#### **Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности.**

1. Российские государственные пресс-службы.
2. Пресс-службы частных структур.
3. Пресс-службы общественных структур.
4. Сходство и различия в работе основных типов пресс-служб.

### **Тема 4**

## **Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры.**

1. Место пресс-службы в структуре разных типов учреждений и организации.
2. Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с СО - подразделением.
3. Федеральная и региональная специфика в деятельности современных пресс-служб.
4. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти в регионе.

## **Тема 5**

### **Штатное расписание и структура пресс-службы.**

1. Положение о пресс-службе учреждения, организации, предприятия.
2. Руководитель пресс-службы.
3. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы.
4. Квалификационные требования к работникам пресс-службы.

## **Тема 6**

### **Основные направления в работе российских государственных пресс-служб.**

- 1 Основные целевые аудитории пресс-служб государственных органов власти.
- 2 Выбор приоритетного канала коммуникации. Единство информационной, организационной и информационно-аналитической деятельности пресс-службы.
3. Управление СМИ и информацией, формирование собственного информационного потока,
4. Манипулирование информацией, сегментирование информационного потока,
- 5 Приоритетная поставка информации, информационное партнерство, эксклюзивная информация,

6 Оптимизация формы и стиля подачи материалов, публицистическая ценность.

## **Тема 7**

### **Основные понятия медиарелейшнз, технологии взаимодействия с журналистами.**

1. Формы и методы работы современной пресс-службы.
2. Основные виды пиар-текстов и особенности их создания.
3. Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы.
4. Способы и основные правила общения с прессой. Конфиденциальность и открытость в работе со СМИ и их представителями.
5. Официальные и неофициальные аспекты отношений сотрудников пресс-службы с внешней общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур.
6. Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции, брифинги, пресстурсы, предосмотры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле- и киносессии.

## **Тема 8 Медиапланирование как основа деятельности пресс-службы**

1. Виды медиапланов.
2. Медиалист.
3. Медиакарта.

## **ТЕМА 9 Аккредитация**

1. Организационные принципы проведения аккредитации.
2. Правила аккредитации.
3. Специфика аккредитации в различных структурах.
4. Значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом.

## **Тема 10 Информационно-аналитическая работа современной пресс-службы . Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.**

1. Информационно-аналитическая работа пресс-службы , ее цели и значение.
2. Мониторинг
3. Разработка и поддержка сайта организации
4. Основные виды информационно-аналитических материалов : пресс-дайджест и пресс-клиппинг.
5. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.
6. Оценка эффективности работы пресс-службы. Годовой отчет.

### **Тема 11 Права и обязанности пресс-секретаря.**

1. Действующее законодательство РФ и профессиональные стандарты о взаимоотношениях пресс-службы со СМИ
2. Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления. Пресс-секретарь Президента РФ.
3. Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. Пресс-секретарь губернатора Санкт-Петербурга.
4. Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности.
5. Спичрайтинг. Виды красноречия.
6. Основные риторические приемы

### **Тема 12**

#### **Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня**

1. Особенности деятельности пресс-службы коммерческой организации.
2. Целевые аудитории, план мероприятий для разных целевых аудиторий. Критерии эффективности
3. Основные задачи пресс-службы авиапредприятия. Отношения со СМИ, их установление и координация,



4. Воздействие на широкие массы общественности, , 5. Поддержание отношений с нынешними клиентами, 6. Поддержание отношений со специальными группами – поставщиками, студентами, некоммерческими организациями, 7. Работа с корпоративным стилем и фотографиями

8. Организация исследований общественного мнения 9. Управленческое консультирование.

## **Тема 13**

### **Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций**

2. Информационная работа как форма государственного управления в кризисных ситуациях. Понимание сути кризиса. Типология кризисных ситуаций.

3. Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности.

4. Антикризисное планирование. Разработка моделей кризисных ситуаций. Анализ рисков. Структура антикризисного плана.

5. Особенности использования различных типов СМИ в условиях кризиса. Спин-доктор и преодоление последствий кризиса.

## **Тема 14**

### **Функции и задачи пресс-службы авиакомпаний**

1. Основные функции пресс-служб авиакомпаний:

Информационная функция

2. Организационно-технологическая функция

3. Консультативно-методическая функция

4. Престижная функция

5. Барьерная функция,

6. Гуманистическая функция

### **Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен**

- 1 Внешние и внутренние коммуникации организации
- 2 Значение и основные направления формирования коммуникативного пространства предприятия бизнеса
- 3 Основные субъекты коммуникаций организации в бизнесе
- 4 Пресс-служба как организатор эффективных коммуникаций
- 5 Общественно-политические предпосылки зарождения отечественных пресс-релизов. Первые организационные формы отношений прессы и власти: пресс-центр, пресс-служба..
- 6 Особенности использования различных типов СМИ в условиях кризиса. Спин-доктор и преодоление последствий кризиса
- 7 Российские государственные пресс-службы.
- 8 Пресс-службы частных структур.
- 9 Пресс-службы общественных структур. Сходство и различия в работе основных типов пресс-служб.
- 10 Особенности взаимодействия пресс-службы со средствами массовой информации в условиях кризиса. Подготовка заявления для общественности.
- 11 Место пресс-службы в структуре разных типов учреждений и организации. Взаимоотношения пресс-службы и ее сотрудников с руководством, а также с СО - подразделением.
- 12 Федеральная и региональная специфика в деятельности современных пресс-служб. Проблема авторитета пресс-структур органов государственной власти в регионе
- 13 Положение о пресс-службе учреждения, организации, предприятия. Руководитель пресс-службы. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы.
- 14 Формы и методы работы современной пресс-службы.
- 15 Аккредитация журналистов: принципы, правила, процедура
- 16 Способы и основные правила общения с прессой. Конфиденциальность и открытость в работе со СМИ и их представителями.
- 17 Официальные и неофициальные аспекты отношений сотрудников пресс-службы с внешней общественностью, представителями политики и бизнеса, властных структур.
- 18 Виды мероприятий для прессы: пресс-конференции

19. Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности
20. Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня
21. Виды мероприятий для прессы: брифинги, пресс-туры, круглые столы, встречи с журналистами, интервью, дебаты, фото-, теле - и киносессии.
22. Виды мероприятий для прессы: круглые столы, встречи с журналистами
23. Виды мероприятий для прессы: интервью, дебаты, фото-, теле - и киносессии.
24. Виды медиапланов.
25. Медиалист. Медиакарта
26. Основные принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций
27. Организационные принципы проведения аккредитации.
28. Правила аккредитации.
29. Специфика аккредитации в различных структурах.
30. Значение аккредитации в работе пресс-служб с медиасообществом.
31. Информационно-аналитическая работа пресс-службы, ее цели и значение.
32. Виды мониторинга, его цели
33. Разработка и поддержка сайта организации
34. Основные виды информационно-аналитических материалов: пресс-дайджест и пресс-клиппинг.
35. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ.
36. Оценка эффективности работы пресс-службы. Годовой отчет.
37. Действующее законодательство РФ и профессиональные стандарты о взаимоотношениях пресс-службы со СМИ
38. Пресс-секретарь в структуре высших органов государственного управления. Пресс-секретарь Президента РФ.

39Пресс-секретарь руководителей регионального уровня. Пресс-секретарь губернатора Санкт-Петербурга.

40Пресс-секретарь в коммерческой структуре: специфика работы и функциональные обязанности.

41Спичрайтинг. Виды красноречия.

42 Основные функции пресс-служб авиакомпаний

43Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня

44 Целевые аудитории коммуникационной работы пресс-служб авиапредприятий, план мероприятий для разных целевых аудиторий.

45Основные задачи пресс-службы авиакомпании. Отношения со СМИ, их установление и координация,

## **Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации**

### **ПРИМЕР**

#### Задание 1

Весна-лето – горячая пора для московских вузов. После введения достославного ЕГЭ возможности выбора абитуриентами высшего учебного заведения значительно увеличились, так что ректорам и их администрациям приходится активно искать способы привлечения бывших школьников на учебу. В 2010 году Университет геодезии и картографии отметил юбилей – 75 лет со дня образования. К этой дате приурочили и акцию «Карта России на асфальте»: на главной площади вуза студенты и художники-графитчики изобразили гигантскую карту страны площадью 100 квадратных метров. Незабываемое зрелище! Буквально за одни сутки на брусчатке площади появился новый символ вуза.

PR-эффект от реализации данного проекта был бы весьма скромным, если бы к его освещению не были подключены десятки ведущих СМИ России.

В связи с каким праздником в российском календаре многие СМИ выдали в эфир и в печать сообщение о создании гигантской карты?

а) 12 марта – День геодезиста и картографа;

- б) 9 мая – День Победы;
- в) 12 июня – День России;
- г) 25 июня – День дружбы и единения славян.

#### Задание 2

Ежегодно в Москве проводится международный фестиваль искусств «Традиции и современность». Задача организаторов данного мероприятия – не только обеспечить его максимальное «звучание» в столичных СМИ, но и активное продвижение фестиваля в других регионах России.

Каким образом вы бы наладили работу со СМИ субъектов Российской Федерации по данному проекту? (Выберите наиболее оптимальный, на ваш взгляд, алгоритм действий, который позволит достичь максимального PR-эффекта.)

- а) Оценить бюджет проекта, обратиться к местным телевизионщикам с просьбой изготовить видеоролик об участнике фестиваля и разметить его в эфире региональных телеканалов.
- б) Выйти на связь с участником и привлечь его к информационной работе, воспользовавшись его связями со СМИ.
- в) Запросить у организаторов фестиваля данные о художниках и скульпторах, участвующих в выставках, создать максимально подробную базу данных СМИ данного региона. Далее применить «веерный» метод распространения информации – рассылка сообщений об участниках. В процессе работы обращаться за содействием к региональным министерствам культуры, а также к профессиональным союзам и объединениям.

#### Задание 3

ОАО «Гипроречтранс» по заказу московского правительства в течение двух лет занималось разработкой уникального сооружения – автостоянки, которая будет размещена под руслом Водоотводного канала в самом центре российской столицы. Проект – грандиозный по масштабам: паркинг рассчитан на 850 машиномест.

Как бы вы озаглавили пресс-релиз, который будет посвящен завершению создания проекта автостоянки?

- а) Завершено создание проекта подводной автостоянки в Москве.

- б) Машины уйдут под воду.
- в) Завершено создание проекта первой в России двухъярусной подводной автостоянки, которая будет построена в Москве.
- г) В столице появится подводная автостоянка.

#### Задание 4

ГУП «Московское качество» приступило к реализации большого проекта, в рамках которого ежемесячно специалисты предприятия проводят экспертизу продуктов питания. Одна из последних пресс-конференций была посвящена результатам исследования детского питания.

Какую площадку вы бы предложили для проведения пресс-конференции, на которой будут озвучены данные, полученные экспертами для достижения наибольшего PR-эффекта?

- а) РИА «Новости»;
- б) Интерфакс;
- в) Итар-ТАСС;
- г) Центральный дом журналиста;
- д) ГУП «Московское качество» с возможностью демонстрации процесса работы экспертов в лаборатории.

#### Задание 5

В ноябре 2009 года в НИИ нейрохирургии им. Академика Н.Н. Бурденко прошла Конференция Европейского сообщества по радиохирургии с использованием установки «Гамма-нож». Ее уникальность в том, что впервые в Москве собрались ведущие европейские врачи-радиохирурги. Анонсирующая кампания данного события прошла достаточно успешно. О предстоящем съезде лучших врачей этой отрасли сообщили ведущие СМИ страны.

Как бы вы обеспечили явку журналистов на саму конференцию?

- а) Пообещали бы корреспондентам дорогие подарки.

- б) Подготовили бы видеоматериал с кадрами операции с использованием установки «Гамма-нож».
- в) Организовали бы эксклюзивные интервью с зарубежными врачами – лидерами мировой радиохирургии.
- г) Организовали бы пресс-тур в операционную и интервью с одним из пациентов.

### Задание 7

Компания «Энергопром» более 10 лет занимается проектной разработкой объектов энергетического комплекса России. Ее специалисты привлекались к созданию таких крупнейших сооружений, как ГТУ – ТЭЦ Астраханского газоперерабатывающего завода, Якутской ГРЭС-2, Паужетской ГеоЭС. Последними проектами компании заинтересовались журналисты одной из ведущих радиостанций России. Но давать 20 минут эфира для рассказа только о компании и ее проектах они, конечно, не проявляли особого желания.

Какой выход, на ваш взгляд, был бы логичен в этой ситуации?

- а) Отказаться от эфира.
- б) Пригласить для участия в эфире не только представителя компании «Энергопром», но и официальных лиц, отвечающих за состояние энергетической отрасли России.
- в) Не позиционировать спикера компании «Энергопром» как представителя коммерческой структуры, назвать его как-нибудь нейтрально. Например, экспертом в области энергетики.
- г) Всячески избегать упоминания названия компании «Энергопром» в эфире.

### **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. 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 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;

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.

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 докладов


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 (модуля) 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» «09» 04 2019 года, протокол № 9 .

Разработчики:

к.ф.н., доцент  Щербина И.А.  
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

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

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 « 16 » 04 2019 года, протокол № 6 .