



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

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

УТВЕРЖДАЮ



Ректор

/ Ю.Ю.
Михальчевский

«21» октябре 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Ресурсное обеспечение авиабизнеса

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

- - получение обучающимися знаний, необходимых для применения системного подхода, путем поиска, критического анализа и синтеза информации;
- обучение студентов навыкам применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для решения поставленных задач.

Задачей освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, позволяющих самостоятельно решать задачи профессиональной деятельности в сфере ресурсного обеспечения авиабизнесов.

Дисциплина обеспечивает подготовку обучающегося к решению задач профессиональной деятельности маркетингового типа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» представляет собой дисциплину, относящуюся к Обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Экономика», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

Дисциплина «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» является обеспечивающей для дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» изучаемой в четвертом семестре.

Дисциплина (модуль) изучается во 3, 4, 5, 6 и 7 семестрах.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.
ИД ¹ _{УК1}	Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
	и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи.
ИД _{УК1} ²	Использует системный подход для решения поставленных задач.
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.
ИД _{УК2} ¹	Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение.
ИД _{УК2} ²	.Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
ИД _{УК5} ¹	Анализирует современное состояние общества на основе знания истории.
ИД _{УК5} ²	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций.
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Гражданская позиция.
ИД _{УК9} ¹	Понимает функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социально-экономической политики и ее влияние на индивида.
ИД _{УК9} ²	Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и обосновывает собственные экономические риски.
ИД _{УК9} ³	Находит эффективные организационно-управленческие решения, самостоятельно осваивает прикладные экономические знания, необходимые для работы в профессиональной сфере.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
ИД _{ОПК2} ¹	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
ИД _{ОПК2} ²	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ИД _{ОПК3} ¹	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
ИД _{ОПК3} ²	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ИД _{ОПК4} ¹	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
ИД _{ОПК4} ²	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
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.
ИД _{ОПК5} ¹	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ИД _{ОПК5} ²	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 применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач.
ИД _{ОПК6} ¹	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ИД _{ОПК6} ²	Применяет современные цифровые устройства, платформы и

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
	программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- закономерности и этапы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач в рамках обеспечения ресурсов авиабизнеса;
- специфику профессиональной деятельности в сфере обеспечения ресурсов авиабизнеса, содержание профессиональных функций и особенности их применения;
- стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов, особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по организации ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- теоретико-методологические основы медианалитики;
- содержание основных этапов медиааналитического исследования;
- параметры, метрики и показатели эффективности (KPI), используемые для оценки коммуникаций;
- особенности использования различных медиаканалов в рекламной деятельности;

Уметь:

- выполнять поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи обеспечения ресурсов авиабизнеса;
- решать задачи профессиональной деятельности в сфере ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- организовывать коммуникации и мероприятия по организации, планированию

- и контроль в сфере ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- применять понятийный аппарат медианалитики при исследовании коммуникационных программ и мероприятий;
 - оценивать качество сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля;
 - использовать информационные технологии для разработки отчетности перед руководством / рапорта о проделанном анализе медиа;
 - рассчитывать базовые медиапоказатели;
 - планировать и организовывать размещение рекламы на медиаплощадках;

Владеть:

- навыками использования системного подхода для решения задач ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- навыками организации деятельности в сфере ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- методами планирования и управления мероприятиями в рамках реализации программ ресурсного обеспечения авиабизнеса;
- навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа);
- навыками определения ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также основных экспертов и спикеров;
- навыками формирования комплексной информационной политики любой компании или публичной персоны;
- базовыми навыками медиапланирования;
- навыками подготовки медиаплана.

4 Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» составляет 19 зачётных единицы, 684 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестры				
		3	4	5	6	7
Общая трудоемкость дисциплины	684	108	108	108	216	144
контактная работа, всего	254,1	42	36,5	42	90,3	42,5
лекции	96	14	18	14	36	14
практические занятия	156	28	18	28	54	28
семинары						
лабораторные работы						
курсовой проект (работа)						
Самостоятельная работа студента	387	57	63	57	117	93
Промежуточная аттестация	45	9	9	9	9	9
Контактная работа	0,3		0,5			
Самостоятельная работа по подготовке к зачету	8,7		8,5			

5 Содержание дисциплины

5.1 Соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенций

УК-1; УК-5; УК-8; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции									Образовательные технологии	Оценочные средства	
		УК-1	УК-2	УК-5	УК-9	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6			
3 СЕМЕСТР													
Тема 1. Понятие авиационного менеджмента	14										+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 2. Комплексная модель авиатранспортного предприятия	14	+									+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 3. Система стратегического планирования авиакомпаний	14	+										Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 4. Организационная структура авиапредприятия	14	+										Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 5. Повседневная практика работы авиационного менеджера	14										+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 6. Понятие авиационного маркетинга	14	+										Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 7. Маркетинговые коммуникации авиабизнеса	15	+									+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Итого за 3 семестр	99												
Промежуточная аттестация	9												

Всего за 3 семестр	108	
--------------------	-----	--

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции								Образовательные технологии	Оценочные средства	
		УК-1	УК-2	УК-5	УК-9	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5			ОПК-6
4 СЕМЕСТР												
Тема 1 Основы функционирования перевозчиков (авиакомпаний)	9	+								+	ВК, Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 2 Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна	11	+									Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 3 Основы функционирования аэропортовых предприятий	11	+								+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 4 Генеральные планы аэропортов различных классов	11	+									Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 5 Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника	11	+								+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 6 Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов	11									+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 7 Аэродромы. Классификация, основные элементы аэродрома	11	+									Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 8 Маркировка аэродромов и высотных препятствий	11	+									Л, ПЗ, СРС	УО, Д

Тема 9 Содержание летных полей аэродромов	13	+										Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Итого за 4 семестр	99												

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции									Образовательные технологии	Оценочные средства	
		УК-1	УК-2	УК-5	УК-9	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6			
5 СЕМЕСТР													
Тема 1. Процессный подход к управлению предприятием.	9	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 2. Термины и определения процессного подхода.	11	+										Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 3. Основные методологии и нотации описания бизнес-процессов.	11	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 4. Методология SADT (IDEF0, IDEF3)	11	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 5. Методология ARIS	11	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 6. Нотация BPMN	11	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 7. Методики анализа и оптимизации бизнес-процессов на воздушном транспорте.	11	+				+						Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Итого за 5 семестр	99												

Промежуточная аттестация	9	
Всего за семестр 5	108	

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции								Образовательные технологии	Оценочные средства	
		УК-1	УК-2	УК-5	УК-9	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5			ОПК-6
6 СЕМЕСТР												
Тема 1 Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований	9	+						+			Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 2 Этические принципы проведения МИ	11	+					+	+		+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 3 Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования.	11	+				+		+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 4 Разработка анкеты	11					+		+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 5 Формирование выборки	11					+	+		+		Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 6 Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам	11					+		+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У

исследования												
Тема 7 Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований	11					+	+	+			Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 8 Глубинное интервью	11						+			+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 9 Включенное наблюдение	13						+			+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 10 Фокус-группы									+		Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Тема 11 Ситуационный анализ						+		+		+	Л, ПЗ, СРС	Д, Дс, У
Итого за 6 семестр	207											
Промежуточная аттестация	9											
Всего за 6 семестр	216											

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции									Образовательные технологии	Оценочные средства	
		УК-1	УК-2	УК-5	УК-9	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6			
7 СЕМЕСТР													
Тема 1 Основные задачи и возможности медиаанализа	20	+			+					+		Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	20		+	+			+			+		Л, ПЗ,	УО,

											СРС	Д
Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования	19			+	+		+		+		Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	19	+		+		+	+				Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 5 Метрики, служащие анализу СМИ	19			+	+		+		+		Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 6 Интегральные метрики оценки СМИ	19		+	+	+			+		+	Л, ПЗ, СРС	УО, М
Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, SocialMedia	19			+	+		+		+		Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Итого за 7 семестр	135											
Промежуточная аттестация	9											
Всего за 7 семестр	144											
Итого по дисциплине	675											

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест, М – модель бизнес-процесса.

5.2 Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
3 семестр						

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Понятие авиационного менеджмента	2	4	-	8	-	14
Тема 2. Комплексная модель авиатранспортного предприятия	2	4	-	8	-	14
Тема 3. Система стратегического планирования авиакомпаний	2	4	-	8	-	14
Тема 4. Организационная структура авиапредприятия	2	4	-	8	-	14
Тема 5. Повседневная практика работы авиационного менеджера	2	4	-	8	-	14
Тема 6. Понятие авиационного маркетинга	2	4	-	8	-	14
Тема 7. Маркетинговые коммуникации авиабизнеса	2	4	-	9	-	15
Итого за семестр	14	28	-	57	-	99
Промежуточная аттестация						9
Всего за семестр						108
Всего по дисциплине						108
4 семестр						
Тема 1 Основы функционирования перевозчиков (авиакомпаний)	2	2		5		9
Тема 2 Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна	2	2		7		11
Тема 3 Основы функционирования аэропортовых предприятий	2	2		7		11
Тема 4 Генеральные планы аэропортов различных классов	2	2		7		11
Тема 5 Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника	2	2		7		11
Тема 6 Перевозочные и аэропортовые	2	2		7		11

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
характеристики воздушных судов						
Тема 7 Аэродромы. Классификация, основные элементы аэродрома	2	2		7		11
Тема 8 Маркировка аэродромов и высотных препятствий	2	2		7		11
Тема 9 Содержание летных полей аэродромов	2	2		9		13
Итого за 4 семестр	18	18		63		99
5 семестр						
Тема 1. Процессный подход к управлению предприятием.	2	4		8		14
Тема 2. Термины и определения процессного подхода.	2	4		8		14
Тема 3. Основные методологии и нотации описания бизнес-процессов.	2	4		8		14
Тема 4. Методология SADT (IDEF0, IDEF3)	2	4		8		14
Тема 5. Методология ARIS	2	4		8		14
Тема 6. Нотация BPMN	2	4		9		15
Тема 7. Методики анализа и оптимизации бизнес-процессов на воздушном транспорте.	2	4		8		14
Итого за семестр	14	28		57		99
Промежуточная аттестация						9
Всего за семестр						108
Всего по дисциплине						108
6 семестр						

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1 Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований	4	6		12		22
Тема 2 Этические принципы проведения МИ	4	6		12		22
Тема 3 Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования.	4	6		12		22
Тема 4 Разработка анкеты	4	6		11		21
Тема 5 Формирование выборки	4	6		10		20
Тема 6 Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования	4	4		10		18
Тема 7 Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований	4	4		10		18
Тема 8 Глубинное интервью	2	4		10		16
Тема 9 Включенное наблюдение	2	4		10		16
Тема 10 Фокус-группы	2	4		10		16
Тема 11 Ситуационный анализ	2	4		10		16
Итого за 6 семестр	36	54		117		207
7 семестр						
Тема 1 Основные задачи и возможности медиаанализа	2	4		14		20

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	2	4		14		20
Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования	2	4		13		19
Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	2	4		13		19
Тема 5 Метрики, служащие анализу СМИ	2	4		13		19
Тема 6 Интегральные метрики оценки СМИ	2	4		13		19
Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, SocialMedia	2	4		13		19
Итого за 7 семестр	14	28		93		135
Итого за 3,4,5,6 и 7 семестры						639
Промежуточная аттестация						45
Итого по дисциплине (модулю)						684

5.3 Содержание разделов (тем) дисциплины (модуля)

3 семестр

Тема 1. Понятие авиационного менеджмента

Основы авиационного менеджмента. Цели, задачи и функции авиационного менеджмента. Цели и задачи авиатранспортного производства. Особенности ресурсного обеспечения авиатранспортного производства. Цели и задачи ресурсного обеспечения авиабизнеса.

Тема 2. Комплексная модель авиатранспортного предприятия

Понятие и сущность авиатранспортного предприятия. Методы синтеза комплексной модели авиатранспортного предприятия. Структурно-функциональная модель авиатранспортного предприятия. Имитационная модель функционирования авиатранспортного предприятия. Модель структуры ресурсного обеспечения авиатранспортного предприятия.

Тема 3. Система стратегического планирования авиакомпании

Анализ внешней среды авиакомпании (PEST-анализ). Политические факторы. Макро-экономические факторы ресурсного обеспечения авиакомпании. Социальные факторы ресурсного обеспечения авиакомпании. Технологические факторы ресурсного обеспечения авиакомпании. Разработка программ ресурсного обеспечения авиабизнеса.

Тема 4. Организационная структура авиапредприятия

Организационная структура и структура управления авиакомпанией. Система планирования и оперативного управления ресурсного обеспечения авиакомпании. Факторы влияющие на организацию ресурсного обеспечения авиакомпании. Система материально-технического обеспечения авиакомпании. Служба материально-технического снабжения.

Тема 5. Повседневная практика работы авиационного менеджера

Разработка и выбор стратегий управления авиатранспортных производством. Система ценообразования. Определение потребности в материальных ресурсах. Реализации стратегий, проектов и мероприятий по обеспечению ресурсами. Обеспечения качества и конкурентоспособности продукции авиакомпании. Обеспечения регулярности и надежности авиатранспортного производства.

Тема 6. Понятие авиационного маркетинга

Особенности рынка авиатранспортной продукции. Основные понятия, особенности и отличия авиационного маркетинга. Типы и конъюнктура рынков воздушных перевозок. Система исследования и прогнозирования рынка авиатранспортной продукции авиакомпании. Методология разработки маркетинговых программ ресурсного обеспечения авиабизнеса.

Тема 7. Маркетинговые коммуникации авиабизнеса

Разработка плана и технико-экономического обоснования обеспечения ресурсами авиапредприятия. Реализация маркетинговых проектов авиабизнеса. Оптимизация маркетинговых проектов авиабизнеса. Оценка уровня и функционирования коммуникационных технологий. Анализ рисков ресурсного обеспечения по видам ресурсов.

4 семестр

Тема 1 Основы функционирования перевозчиков (авиакомпаний)

Перевозчик (авиакомпания), как элемент авиатранспортной системы. Примеры ведущих перевозчиков (авиакомпаний) мира. Основные показатели деятельности ведущих перевозчиков (авиакомпаний) РФ. Цели и виды деятельности перевозчика (авиакомпаний) на рынке авиатранспортных услуг. Структурные подразделения перевозчика (авиакомпаний),

перечень решаемых задач. Классификация перевозчиков (авиакомпаний): в зависимости от установленного статуса, по объёму перевозок, по форме собственности, по характеру выполнения полетов, по регулярности полетов, по типу перевозок. Перевозочные документы, используемые при оказании услуг по воздушной перевозке пассажиров, багажа, груза и почты: билет, багажная квитанция, грузовая накладная, почтовая накладная. Полетная документация: пассажирский манифест, грузовой манифест, почтовый манифест, сводная загрузочная ведомость. Организация деятельности представительства и филиала перевозчика (авиакомпаний). Функции и задачи. Способы повышения конкурентоспособности перевозчика (авиакомпаний). Основные формы интеграции перевозчиков (авиакомпаний): маркетинговые альянсы, стратегические альянсы, глобальные альянсы, коммерческие альянсы, объединения в форме слияния и поглощения. Схема подготовки перевозчика (авиакомпаний) к вхождению в альянс. Основные факторы, обеспечивающие эффективность деятельности перевозчиков в рамках альянсов. Повышение конкурентоспособности и загрузки рейсов перевозчиков (авиакомпаний) - участников альянса.

Тема 2 Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна

Задачи и функции службы бортпроводников. Технологическая схема работы бортпроводников в рейсе. Обеспечение условий и уровня обслуживания пассажиров на борту воздушного судна. Основные требования отраслевых стандартов системы качества перевозок и обслуживания пассажиров воздушным транспортом. Понятия: «услуга (вид обслуживания)», «обслуживание пассажиров», «комфорт на борту воздушного судна». Обязательные и рекомендуемые услуги, предоставляемые пассажирам на борту воздушного судна, в соответствии с требованиями отраслевых стандартов. Продолжительность операций по обслуживанию пассажиров на борту воздушного судна.

Тема 3 Основы функционирования аэропортовых предприятий

Аэропорт, как элемент авиатранспортной системы. Примеры ведущих аэропортов мира. Основные показатели деятельности ведущих аэропортовых предприятий РФ. Классификация аэропортов по объёму обслуженных пассажиров. Обоснование необходимости классификации аэропортов. Аэропорты по типу обслуживаемых перевозок, в зависимости от установленного статуса. Целевое назначение и задачи производственной и коммерческой деятельности аэропортового предприятия. Структурные подразделения аэропортового предприятия, их задачи и функции. Основные технологические процессы в аэропорту и их содержание. Механизм взаимодействия перевозчика (авиакомпаний) и аэропортового предприятия и условия его применения. Состав и порядок применения сборов и тарифов за обслуживание воздушных судов в аэропортах РФ. Формирование стоимостной основы сборов на регулируемые услуги в аэропортах РФ. Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропорту: методы контроля качества обслуживания пассажиров в аэропорту: опрос, наблюдение, измерение (определение и разновидности методов).

Тема 4 Генеральные планы аэропортов различных классов

Основные элементы аэропорта (аэродром, служебно-техническая территория, площадки специального назначения) и их назначение. Схемы генеральных планов аэропортов различных классов. Требования к генеральному планированию аэропорта. Рекомендуемая практика ИКАО по подготовке генерального плана развития аэропорта.

Назначение служебно-технической территории. Принципы зонирования служебно-технической территории: производственное, по степени вредности производства, по степени пожаро- и взрывоопасности, транспортное. Здания и сооружения служебно-технической территории (производственного назначения, вспомогательного назначения). Требования к расположению служебно-технической территории на генеральном плане аэропорта. Схема генерального плана служебно-технической территории.

Тема 5 Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника

Основные функции главного оператора и операторов аэропортов по видам аэропортовой деятельности. Определения видов аэропортовой деятельности, осуществляемых в аэропорту в целях удовлетворения потребности в аэропортовом обслуживании пассажиров и других потребителей авиационных услуг, а также авиапредприятий, непосредственно осуществляющих авиационные перевозки, и обеспечения при этом требуемой безопасности выполнения полетов воздушных судов.

Перечень наземной авиационной техники:

по обеспечению обслуживания пассажиров, багажа, грузов и почты;

по техническому обслуживанию авиационной техники;

по аэродромному обеспечению;

по авиатопливообеспечению воздушных перевозок.

Требования к наземной авиационной технике.

Тема 6 Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов

Перевозочные и аэропортовые характеристики отечественных и зарубежных типов воздушных судов. Показатели эффективности эксплуатации воздушных судов.

Тема 7 Аэродромы. Классификация, основные элементы

Классификация аэродромов по минимальной длине взлетно-посадочной полосы с искусственным покрытием в стандартных условиях. Аэродромы гражданской авиации: по видам поверхности взлетно-посадочной полосы; по характеру использования; по назначению;

по расположению и использованию летными экипажами при полетах по воздушным трассам и установленным маршрутам; по высоте над уровнем моря и характеристике рельефа; по допуску к эксплуатации по минимумам для посадки. Основные элементы аэродрома (летная полоса, рулежные дорожки, места стоянки,...) и их назначение. Расположение элементов аэродрома на генеральном плане аэропорта. Площадки специального назначения и требования к ним. Перечень оборудования аэродромов и воздушных трасс: наземное оборудование спутниковых систем, радиолокационное оборудование, оборудование центров управления воздушным движением, навигационное оборудование, связное оборудование, светосигнальное оборудование.

Тема 8 Маркировка аэродромов и высотных препятствий

Маркировочные знаки искусственных покрытий взлетно-посадочной полосы, рулежных дорожек, мест стоянок и перронов. Маркировочные знаки зон обслуживания воздушных судов и путей движения спецавтотранспорта. Расположение маркировочных знаков, их размеры и количество. Маркировочные знаки грунтовых аэродромов. Оборудование грунтовых аэродромов маркировочными знаками. Пограничные знаки рулежных дорожек, мест стоянок и перронов грунтовых аэродромов. Маркировка и светоограждение высотных препятствий.

Тема 9 Содержание летных полей аэродромов

Задачи и функции аэродромной службы по содержанию и ремонту летного поля аэродрома, направленные на поддержание и восстановление первоначальных эксплуатационных качеств, и обеспечение готовности аэродрома к приему, выпуску и обслуживанию воздушных судов. Структура аэродромной службы. База аэродромной службы (назначение, требования к территории). Комплекс мероприятий и работ, направленных на подготовку летного поля аэродрома к эксплуатации в зимний период. Способы и средства очистки элементов летного поля аэродрома в зимний период (механический, тепловой, химический, абразивный, комбинированный). Средства механизации, предназначенные для очистки элементов летного поля аэродрома в зимний период. Очередность и состав работ в зимний период по подготовке летного поля аэродрома к эксплуатации. Комплекс мероприятий и работ, направленных на подготовку летного поля аэродрома к эксплуатации в летний период. Средства механизации, предназначенные для очистки элементов летного поля аэродрома в летний период. Очередность и состав работ в летний период по подготовке летного поля аэродрома к эксплуатации.

5 семестр

Тема 1. Процессный подход к управлению предприятием.

Процессный подход и современные системы управления организацией. Сравнение функционального и процессного подходов. Определение бизнес-процесса. Методологии описания бизнес-процессов. Понятие «сеть бизнес-процессов организации». Оценка уровня зрелости управления бизнес-процессами.

Тема 2. Термины и определения процессного подхода.

Термины процессного подхода (Ресурс; Деятельность по управлению; Владелец (руководитель) процесса; Поставщик; Потребитель; Границы (события); Декомпозиция; Подпроцесс; Операция; Процедура; Экземпляр; Архитектура (система); Показатель; Результативность; Эффективность и т.д.).

Тема 3. Основные методологии и нотации описания бизнес-процессов.

Цели и задачи моделирования бизнес-процессов. Способы описания бизнес-процессов. Базовые методологии описания бизнес-процессов (вертикальное описание, горизонтальный (процессный) подход, диаграммы потоков данных, диаграммы потоков работ). Текстовое описание бизнес-процессов. Табличное описание бизнес-процессов. Описание бизнес-процессов в формате «блок-схема». Современные методологии описания бизнес-процессов.

Тема 4. Методология SADT (IDEF0, IDEF3)

История создания и развития методологии. Нотации методологии SADT. Нотация IDEF0 (основные элементы, объекты, связи, ветвление и туннелирование, декомпозиция, правила оформления моделей нотации). Нотация IDEF3 (основные элементы, логические операторы, правила оформления моделей нотации). Программные средства моделирования в стандартах SADT и IDEF.

Тема 5. Методология ARIS

История создания и развития методологии. Нотация Value-added Chain Diagram (VAD). Нотация ARIS eEPC. Нотация ARIS Organizational Chart. Нотация ARIS Function Tree. Нотация ARIS Product Tree. Нотация ARIS Information Flow. Использование нескольких нотаций при создании моделей процессов в ARIS. Программные средства моделирования в методологии ARIS.

Тема 6. Нотация BPMN

Концепция управления бизнес-процессами BPM. История создания и развития нотации BPMN. Область применения нотации BPMN. Обзор основных элементов нотации. Элементы управления. Соединительные элементы. Элементы данных. Зоны ответственности. Артефакты. Категории диаграмм бизнес-процессов. Программные средства моделирования в нотации BPMN.

Тема 7. Методики анализа и оптимизации бизнес-процессов на воздушном транспорте.

Методики анализа бизнес-процессов. SWOT-анализ процесса. Анализ проблем процесса - выделение проблемных областей. Ранжирование процессов на основе субъективной оценки. Анализ процесса по отношению к типовым требованиям. Визуальный анализ графических схем процесса. Измерение и анализ показателей процесса. Основные подходы к оптимизации бизнес-процессов организации.

6 семестр

Тема 1 Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований.

Почему существует потребность в МИ? Определение маркетинговых исследований. Проектные исследования и маркетинговая разведка (маркетинговые информационные системы (МИС) и системы поддержки решений -СПР). Проектные исследования (количественные исследования, качественные исследования). Основные направления маркетинговых исследований в связях с общественностью (исследования общественного мнения, изучение имиджа компании, анализ конкурентной среды, электоральные исследования).

Тема 2. Этические принципы проведения МИ

Основные профессиональные и этические требования по сбору, анализу, использованию и хранению информации, полученной в ходе проведения маркетинговых исследований

Тема 3. Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования

Формулировка проблемы, определение объекта и предмета исследования. Предварительный анализ проблемы и предмета исследования. Интерпретация основных понятий. Определение методов и процедур сбора информации, обоснование системы выборки единиц наблюдения. Разработка плана и технического задания исследования.

Тема 4. Разработка анкеты.

Оформление анкеты. Структура анкеты. Основные принципы построения анкеты. Пилотаж. Подготовка интервьюеров. Проведение опроса. Контроль качества работы интервьюеров.

Тема 5. Формирование выборки.

Основные понятия: генеральная совокупность, выборочная совокупность, репрезентативность выборки, основные типы выборок, объем выборки, качество выборки.

Тема 6. Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования.

Кодирование, ввод данных, обработка данных и анализ с использованием программы SPSS. Подготовка отчета: оформление отчета, содержание отчета, объем отчета. Устная презентация.

Тема 7. Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований

При количественном анализе исследователь выходит в поле «вооруженный» концепциями, гипотезами и измерительными инструментами с намерением через этот фокус «навести порядок» в разрозненной массе информации об объектах и событиях исследования.

Избирая качественную стратегию, он отправляется в поле «не вооруженный», но подготовленный предшествующим опытом и предварительными знаниями по изучаемому кругу проблем, «с открытыми глазами и наостренными ушами», с намерением распознать, что же происходит в действительности, чтобы затем дать этому теоретическое объяснение и осмысленно действовать на практике.

Тема 8. Глубинное интервью.

Основные типы интервью (формализованные и неформализованные, направленное и ненаправленное, с точной и с неточной формулировкой вопроса, вопросы, подготовленные заранее, и вопросы, заданные по ходу интервью). Методика и техника интервьюирования. Вопросник интервью. Проведение интервью. Ошибки интервьюеров.

Тема 10. Фокус-группы.

Общие принципы формирования групп (число участников, гомогенность состава участников, ограничения на участие, число групп); организация проведения фокус-групп; постановка целей исследования; критерии отбора респондентов; план (сценарий) обсуждения; модератор; работа группы; управление групповым процессом; методы зондирования (психологические аспекты управление группой; организация внутригруппового взаимодействия; проективные техники; завершение работы ФГ; участие наблюдателей; анализ и отчет; контроль за работой модератора

Тема 11. Ситуационный анализ.

SWOT-анализ. Аббревиатура переводится: S(strength) – сила; W (weakness) – слабость; O (opportunities) – возможности; T (threats) – угрозы. Область

применения. Классический подход использования модели СА. Для этого разделим анализируемые факторы на две составляющие. Внутренние факторы: развитость дистрибьютерской сети, работа с дилерами, квалификация работников, технологические преимущества, патенты, состояние маркетинговой работы и др. Внешние факторы: темпы роста рынка, наличие аналогов и заменителей, конкуренция, рентабельность вложения в отрасль, норма прибыли и др.

7 семестр

Тема 1 Основные задачи и возможности медиаанализа

Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании. Оценка качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля. Сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами. Оценка медийной активности представителей компании. Оценка эффективности разовых PR-мероприятий. Оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе.

Термин «медиа». Процесс медиапланирования. Классификация и виды рекламы, понятие медиаплана и рекламной кампании. Концепции интегрированных массовых коммуникаций и интегрированных рекламных коммуникаций, система рекламного воздействия, фазы коммуникации. Медиабаинг и медиаселлинг, рекламные агентства полного цикла, креативные и промоагентства, социометрические медиаизмерения, функции рекламных агентств.

Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний

Основные принципы медиаизмерений и оценка PR кампаний. Задачи исследования аудитории СМИ. Методы исследования аудитории СМИ. Рейтинговые исследования аудитории. Методы сбора информации при проведении исследований аудитории различных СМИ. Периодичность проведения исследований.

Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования

Значение результатов медиаисследований. Развитие исследований аудитории СМИ в России. Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиаизмерений. Основные методы анализа маркетинговых ситуаций (ситуационный анализ, SWOT-анализ). Анализ рынка товаров, каналов распространения товаров, целевой аудитории, конкурентов, рекламной активности конкурентов и т.п. Использование результатов анализа при медиапланировании.

Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций

Метод контент-анализа. Документ как объект анализа. Виды анализа. Виды документов. Источники документальной информации. Приёмы качественно-количественного анализа документов. Прикладные методы анализа текстов СМИ. Метод контент-анализа – определение и виды. Процедура проведения контент-анализа. Понятия «смысловая единица», «единица наблюдения», «единица измерения» (счета). Приемы проектирования смысловых единиц. Приемы построения матриц контент-анализа. Особенности анализа текстов СМИ (мониторинг СМИ) в сфере PR: Эмоциональный тон / тональность упоминания компании, эмоциональный тон заголовка публикации, роль объекта исследования в публикации, жанр/формат публикации, инфоповод, тематические категории.

Тема 5 Метрики, служащие анализу СМИ

Основные способы и формулы расчета медиапараметров.

Media presence (MP), Geographical coverage, Media outreach (MO). Охват, частота, рейтинг, частотное распределение, медиамикс, суммарный рейтинг (GRP). Определение охвата (Reach). Одномоментный охват. Дублирование аудиторий. Приближенные формулы расчета охвата с учетом пересечений различных порядков. Связь между терминами охват и покрытие. Определение

частоты (Frequency). Взаимосвязь охвата и частоты в зависимости от целей рекламной кампании. Взаимосвязь охвата, частоты и GRP/TRP. Применение охвата и частоты. Вычисления охвата и частоты для различных средств распространения информации. Применение охвата и частоты. Понятие среднего рейтинга. Способы расчета и применения HUT, рейтинга и доли, связь и соотношение между ними. Определение и понятие показателей. Связь и разница между ними. Накопление аудитории, экспозиция рекламной страницы, покрытие. Результативные медиапараметры. Понятие эффективной частоты и эффективного охвата (recept), стратегии эффективной частоты, кривые отклика. Понятие охвата с частотой больше чем 1 (Reach+), частотное распределение. Задачи оптимизации в медиапланировании, максимизация охвата, проблемы забывания рекламы и накопления рекламных контактов, вероятность рекламного контакта. Понятие индекса в медиапланировании, аффинити-индекс в маркетинге и медиапланировании. Индекс бренда: вычисление и интерпретация. Аффинити-индекс в маркетинге и медиапланировании. Выбор целевых аудиторий и географии рекламных кампаний на основе индексов.

Тема 6 Интегральные метрики оценки СМИ

Эквивалент стоимости PR - PR value (PRV, стоимость PR). Показатели приближения публикации к идеалу - Perfectness rate и mean-perfectness rate (PRT, M-PRT). Качество медиаполя - Media quality (MQ). Понятие CPP и CPM. Показатели финансовой эффективности кампании: цена за пункт (CPP), цена за рейтинг (CPR), цена за пункт рейтинга – CPP GRP, CPP TRP, цена за тысячу контактов (CPT).

Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, SocialMedia

Индексы цитирования в СМИ как KPI медиарилейшнз. Оценка упоминаний бренда / кампании / персоналии в блогосфере. SMFI и Endorsment index. Компании, занимающиеся отслеживанием публицити: Медиалогия, Brand Analytics.

Количество отработанных дискуссий по отношению к негативу. Отношение авторских материалов пользователей к тиражированию инфоповодов.

Оценка работы корпоративных SM-аккаунтов и сообществ. Показатели вовлеченности. Соотношение количества подписчиков и их активности. Engagement index. Среднее количество socialmediaactions на пост.

Составной индекс CSI (Customer satisfaction index).

Коэффициент лояльности NPS (Net promoter score).

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
3 семестр		
1	Изучение теоретического материала. [1-12] Цели и задачи ресурсного обеспечения авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
2	Изучение теоретического материала. [1-12] Модель структуры ресурсного обеспечения авиатранспортного предприятия. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
3	Изучение теоретического материала. [1-12] Технологические факторы ресурсного обеспечения авиакомпании. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
4	Изучение теоретического материала. [1-12] Служба материально-технического снабжения. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
5	Изучение теоретического материала. [1-12] Обеспечения регулярности и надежности авиатранспортного производства. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
6	Изучение теоретического материала. [1-12] Методология разработки маркетинговых программ ресурсного обеспечения авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
7	Изучение теоретического материала. [1-12] Реализация маркетинговых проектов авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	9
Итого за семестр:		28
4 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Изучение теоретического материала. [1-27] Расчет основных показателей деятельности перевозчиков (авиакомпаний) РФ. Изучение перевозочных документов, полетной документации, требований к их оформлению. Виды авиационных альянсов. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
2	Практическое занятие № 2 Изучение теоретического материала. [1-27] Анализ технологий работы службы бортпроводников (на примере ведущих российских авиакомпаний). Обязательные и рекомендуемые услуги, предоставляемые пассажирам на борту воздушных судов различных авиакомпаний. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
3	Практическое занятие № 3 Изучение теоретического материала. [1-27] Анализ основных технологических процессов в аэропортах (на примере ведущих аэропортов РФ). Механизм взаимодействия перевозчика (авиакомпаний) и аэропортового предприятия и условия его применения. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
4	Практическое занятие № 4 Изучение теоретического материала. [1-27] Анализ генеральных планов аэропортов РФ и зарубежных аэропортов. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
5	Практическое занятие № 5 Изучение теоретического материала. [1-27] Применение нормативных правовых актов по организации функционирования операторов аэропортов и предоставляемым услугам по видам аэропортовой деятельности. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
6	Практическое занятие № 6 Изучение теоретического материала. [1-27] Анализ показателей эффективности эксплуатации воздушных судов. Примеры ведущих авиакомпаний. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
7	Практическое занятие № 7 Изучение теоретического материала. [1-27] Анализ генеральных планов аэродромов различных классов. Расположение элементов аэродрома на генеральном плане аэропорта. Изучение оборудования аэродромов и воздушных трасс.	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	Системы взлётно-посадочных полос. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	
8	Практическое занятие № 8 Изучение теоретического материала. [1-27] Изучение разметки искусственных покрытий взлётно-посадочных полос, рулежных дорожек, мест стоянок и перронов. Изучение разметки путей движения спецтехники и автотранспорта на аэродроме. Изучение вертикальной разметки объектов и препятствий на аэродроме. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
9	Практическое занятие № 9 Изучение теоретического материала. [1-27] Изучение очередности и состава работ, выполняемых в летний период по подготовке летного поля аэродрома к эксплуатации. Изучение способов и средств очистки элементов летного поля аэродрома в зимний период (механический, тепловой, химический, абразивный, комбинированный). Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
Итого за семестр:		18
5 семестр		
1	Изучение теоретического материала. [1-23] Анализ систем управления предприятием на примере организаций авиационной отрасли. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	4
2	Изучение теоретического материала. [1-23] Подготовка и анализ данных по отнесению объектов моделирования к определениям процессного подхода.	4

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	
3	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов по базовым методам описания бизнес-процессов. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса в формате «блок схема»	4
4	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов SADT. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации IDEF0.	4
5	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов ARIS. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации ARIS eEPC.	4
6	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов BPMN. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации BPMN 2.0.	4
7	Изучение теоретического материала. [1-23] Изучение методик анализа и процесса оптимизации бизнес-процессов. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	4
Итого за семестр:		28

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
6 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Определение и назначение маркетинговых исследований (МИ)	2
1	Практическое занятие № 2 Проектные исследования	2
1	Практическое занятие № 3 Основные направления МИ в связях с общественностью	2
2	Практическое занятие № 4 История развития маркетинговых исследований	2
2	Практическое занятие № 5 Профессиональные и этические принципы маркетинговых исследований	2
2	Практическое занятие № 6 Профессиональные организации в сфере маркетинговых исследований	2
3	Практическое занятие № 7 Программа МИ: проблема, объект, предмет исследования	2
3	Практическое занятие № 8 Программа МИ: методы сбора информации, обоснование выборки	2
3	Практическое занятие № 9 Программа МИ: разработка плана и технического задания	2
4	Практическое занятие № 10 Анкета как инструмент исследования. Структура и оформление анкеты	2
4	Практическое занятие № 11 Пилотаж анкетного опроса и подготовка интервьюеров	2
4	Практическое занятие № 12 Проведение опроса	2
5	Практическое занятие № 13 Правила формирования выборки исследования: генеральная совокупность и	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	выборочная совокупность	
5	Практическое занятие № 14 Типы выборок	2
5	Практическое занятие № 15 Объем и качество выборки	2
6	Практическое занятие № 16 Этапы обработки и анализа собранной информации	2
6	Практическое занятие № 17 Подготовка и презентация отчета исследования	2
7	Практическое занятие № 18 Количественный анализ данных	2
7	Практическое занятие № 19 Качественный анализ данных	2
8	Практическое занятие № 20 Интервью как метод исследования, типы интервью	2
8	Практическое занятие № 21 Методика и техника проведения интервью	2
9	Практическое занятие № 22 Назначение метода включенного наблюдения	2
9	Практическое занятие № 23 Техника метода включенного наблюдения	2
10	Практическое занятие № 24 Метод фокус-группы: назначение и исследовательские возможности	2
10	Практическое занятие № 25 Принципы и техника проведения фокус-групп	2
11	Практическое занятие № 26 Ситуационный анализ: понятие, возможности применения	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
11	Практическое занятие № 27 Исследование факторов в ситуационном анализе	2
Итого за семестр		54
7 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Термин «медиа». Процесс медиапланирования. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
1	Практическое занятие № 2 Оценка медийной активности. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
2	Практическое занятие № 3 Методы исследования аудитории СМИ. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
2	Практическое занятие № 4 Понятие медиаметрии. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
3	Практическое занятие № 5 Результаты и выводы медиаисследований. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
3	Практическое занятие № 6 Основные методы анализа маркетинговых ситуаций при проведении медиаисследований. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
4	Практическое занятие № 7 Метод контент-анализа. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
4	Практическое занятие № 8 Параметры анализа текстов СМИ в сфере PR. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
5	Практическое занятие № 9 Охватные и рейтинговые медиапоказатели. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
5	Практическое занятие № 10 Частотные медиапоказатели и показатели соответствия. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
6	Практическое занятие № 11 Экономические медиапоказатели. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
6	Практическое занятие № 12 Показатели рекламного эквивалента и их аналоги. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
7	Практическое занятие № 13 Оценка публичности компании. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
7	Практическое занятие № 14 Оценка SMM. Изучение теоретического материала. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме. Подготовка к тесту.	2
Итого за семестр		28
Итого по дисциплине модулю		156

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
3 семестр		
1	Изучение теоретического материала. [1-12] Цели и задачи ресурсного обеспечения авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
2	Изучение теоретического материала. [1-12] Модель структуры ресурсного обеспечения авиатранспортного предприятия. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
3	Изучение теоретического материала. [1-12] Технологические факторы ресурсного обеспечения авиакомпаний. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
4	Изучение теоретического материала. [1-12] Служба материально-технического снабжения. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
5	Изучение теоретического материала. [1-12] Обеспечения регулярности и надежности авиатранспортного производства. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
6	Изучение теоретического материала. [1-12] Методология разработки маркетинговых программ ресурсного обеспечения авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
7	Изучение теоретического материала. [1-12] Реализация маркетинговых проектов авиабизнеса. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	9

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
Итого за семестр 3		57
4 семестр		
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оформить в виде таблиц и рисунков данные по ведущим перевозчикам (авиакомпаниям) РФ и зарубежным с указанием основных показателей деятельности, парка воздушных судов, аэропортов базирования. 2. Изучение теоретического материала [1, 4, 13] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме. 	5
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Детальное изучение и краткое конспектирование основных положений и требований отраслевых стандартов Системы качества перевозок и обслуживания пассажиров воздушным транспортом. 2. Изучение теоретического материала [20, 24, 25, 26] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме. 	7
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оформить в виде таблиц и рисунков данные по аэропортам РФ и зарубежным аэропортам с указанием основных показателей деятельности. 2. Изучение теоретического материала [3, 10, 21, 22, 24] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 	7

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
	4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	
4	1. Составление развёрнутого конспекта по генеральному планированию аэропортов различных классов. 2. Изучение теоретического материала [3, 10, 19, 21, 22, 24] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	7
5	1. Детальное изучение и конспектирование материала по эксплуатируемой наземной авиационной технике (отечественной и зарубежной) в аэропортах РФ. 2. Изучение теоретического материала [8, 10, 21, 22] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	7
6	1. Оформить в виде таблицы перевозочные и аэропортовые характеристики отечественных и зарубежных воздушных судов. 2. Изучение теоретического материала [12, 13, 24] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	7
7	1. Оформить в виде таблицы данные по аэродромам РФ, с учетом классификации и с указанием основных параметров элементов аэродромов.	7

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	2. Изучение теоретического материала [3, 10, 21, 22, 24] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	
8	1. Подготовка к аудиторным занятиям (лекции и практическому занятию). Проработка учебного материала по конспектам, учебной, методической и научной литературе 2. Изучение теоретического материала [10, 19] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	7
9	1. Составление развёрнутого конспекта по содержанию летных полёв аэродромов в различные периоды. 2. Изучение теоретического материала [10, 19, 21, 22] 3. Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 4. Подготовка к устному опросу 5. Подготовка доклада по выбранной теме.	9
Итого за 4 семестр		63
5 семестр		
1	Изучение теоретического материала. [1-23] Анализ систем управления предприятием на примере организаций авиационной отрасли. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
2	Изучение теоретического материала. [1-23] Подготовка и анализ данных по отнесению объектов моделирования к определениям процессного подхода. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	8
3	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов по базовым методам описания бизнес-процессов. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса в формате «блок схема»	8
4	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов SADT. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации IDEF0.	8
5	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов ARIS. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации ARIS eEPC.	8
6	Изучение теоретического материала. [1-23] Сбор данных и структурирование элементов в методологии описания бизнес-процессов BPMN. Подготовка к устному опросу. Подготовка модели описания бизнес-процесса авиационной отрасли в нотации BPMN 2.0.	9
7	Изучение теоретического материала. [1-23] Изучение методик анализа и процесса оптимизации бизнес-процессов. Подготовка к устному опросу.	8

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
	Подготовка доклада по выбранной теме.	
Итого за 5 семестр		57
6 семестр		
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.	12
2	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.	12
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[3], [4], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	12
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [3], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	11
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1],	10

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

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
10	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[3], [4], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	10
11	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 и тесту	10
Итого за 6 семестр		117
7 семестр		
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [3], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	11
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[3], [4], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	11
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [3], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по	11

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
	<p>основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и тесту.</p>	
4	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой.[2], [3], [5]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и тесту.</p>	11
5	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и тесту.</p>	11
6	<p>1 Работа с основной и дополнительной литературой.[2], [4], [6]</p> <p>2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к устному опросу и тесту.</p>	19
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 тесту.</p>	19
Итого за 7 семестр		93
Итого за 3,4,5,6 и 7 семестры:		387

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкост ь (часы)
Итого по дисциплине (модулю):		387

5.7 Курсовые работы (проекты)

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

3 семестр

а) основная литература:

1. Бусов, В. И. **Управленческие решения:** учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс]/ В. И. Бусов. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 254 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4071-8. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/A7AA88B5-AA36-4FA9-A1A5-A33957F88B6A, свободный, (дата обращения 20.01.2021).

2. **Хозяйственный механизм авиатранспортных предприятий Ч.1. Авиакомпаний:** учеб. пособ. для вузов. Допущ. УМО [Текст] / В.П. Маслаков, ред. — СПб.: Питер, 2015. — 368с. — ISBN 978-5-496-00709-2. Количество экземпляров 170.

б) дополнительная литература:

3. Губенко, А.В. **Экономика воздушного транспорта:** учеб. для вузов. Допущ. УМО [Текст] / А. В. Губенко, М. Ю. Смуров, Д. С. Черкашин. — СПб.: Питер, 2009. — 288с. — ISBN 978-5-388-00731-5. Количество экземпляров 500.

4. Брагин В.А. **Управленческие решения. Часть 1:** учебное пособие [Текст]/ В.А. Брагин, А.И. Красненков, О.А. Турубар. — СПб.: Университет ГА, 2008. — 121 с. — ISBN отсутствует. Количество экземпляров 100.

5. Брагин В.А. **Управленческие решения. Часть 2:** учебное пособие [Текст]/ В.А. Брагин, А.И. Красненков, О.А. Турубар. — СПб.: Университет ГА, 2011. — 116 с. — ISBN отсутствует. Количество экземпляров 100.

6. Брагин В.А. **Управленческие решения:** методические указания по выполнению курсовой работы по теме “Процесс принятия управленческих

решений в структуре авиатранспортного производства” [Текст]/ В.А. Брагин, А.И. Красненков, О.А. Турубар. — СПб.: Университет ГА, 2012. —17с. — ISBN отсутствует. Количество экземпляров 100.

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

7. **Научная электронная библиотека.** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>, свободный, (дата обращения: 30.08.2021).

8. **Официальный сайт Федерального агентства воздушного транспорта** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный, (дата обращения: 30.08.2021).

9. **Официальный сайт Федерального авиационного агентства США** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.faa.gov/>, свободный, (дата обращения: 30.08.2021).

10. **Официальный сайт Европейского агентства авиационной безопасности** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.easa.europa.eu/>, свободный, (дата обращения: 30.08.2021).

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

11. **Справочная система ГАРАНТ (интернет-версия).** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.garant.ru/iv>, свободный, (дата обращения 20.01.2021).

12. **Справочная система Консультант Плюс.** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/online>, свободный, (дата обращения 20.01.2021).

4 семестр

а) основная литература:

1. Губенко А.В., Смуров М.Ю., Черкашин Д.С. Экономика воздушного транспорта: Учебник для вузов. Допущ. УМО [Текст] – СПб.: Питер, 2009. -

288с.- ISBN: 978-5-388-00731-5. Количество экземпляров – 346.

2. Международное воздушное право: учебник для бакалавриата и магистратуры / А. И. Травников [и др.] ; под ред. А. И. Травникова, А. Х. Абашидзе. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 444 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05643-3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/A4C988E7-E4D4-41FE-BA8D-347D7D250963/mezhdunarodnoe-vozdushnoe-pravo>, свободный (дата обращения: 15.01.2018).

3. Солодкий, А. И. Транспортная инфраструктура: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Солодкий, А. Э. Горев, Э. Д. Бондарева ; под ред. А. И. Солодкого. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 290 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00634-6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/5E1D4DB0-60C6-4CD2-B463-77B21E432C32/transportnaya-infrastruktura> , свободный (дата обращения: 15.01.2018).

б) дополнительная литература:

4. Бабаскин В.В., Королькова М.А., Чепига В.Е. Эффективность воздушного транспорта: Учебное пособие для вузов [Текст] / СПб: ГУГА, 2007. – 128 с. Количество экземпляров – 64.

5. Герами, В. Д. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Д. Герами, А. В. Колик. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 438 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6890-3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/08FD518E-B56C-4F69-B43D-3DAB262FC5DB/upravlenie-transportnymi-sistemami-transportnoe-obespechenie-logistiki> , свободный (дата обращения: 15.01.2018).

6. Горев, А. Э. Теория транспортных процессов и систем : учебник для академического бакалавриата / А. Э. Горев. — 2-е изд., испр. и доп. — М. :

Издательство Юрайт, 2018. — 217 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02529-3. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/88B96B21-9E16-4C43-A9C5-91AB9ACE894A/teoriya-transportnyh-processov-i-sistem> , свободный (дата обращения: 15.01.2018).

7. Горлач Л.В. Технологические процессы в авиапредприятиях: Учебное пособие [Текст] / СПб: АГА, 1995. — 116 с. Количество экземпляров — 120.

8. Зайцев Е.Н. Синтез комплексной системы управления смешанными перевозками. [Текст] / СПбГУ ГА. СПб., 2007.- 210 с. Количество экземпляров — 29.

9. Иванов В.Н. Азбука аэропортов [Текст] / В. Н. Иванов. - М.: ЗАО «Книга и бизнес», 2013. — 176 с. - ISBN 978-5-212-01271-3. Количество экземпляров — 29.

10. Ильина Е.Н. Менеджмент транспортных услуг: индустрия авиаперевозок: Учебник утв. Научно-методическим советом РМАТ [Текст] / М.: Сов. спорт, 2005. - 174с. - ISBN: 5-85009-976-X. Количество экземпляров — 25.

11. Курочкин Е.П., Дубинина В.Г. Управление коммерческой деятельностью авиакомпании / Е. П. Курочкин, В. Г. Дубинина. - Москва: Авиабизнес, 2009. - 535 с. — ISBN: 978-5-89859-075-8. Количество экземпляров — 49.

12. Морозов, С. Ю. Транспортное право: учебник для академического бакалавриата / С. Ю. Морозов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 257 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02496-8. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C371DAB5-37EC-4911-82DF-F1CB37EF5A72/transportnoe-pravo> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

13. Гражданский кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 26 января 1996 г. №14-ФЗ. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=298687&fld=>

134&dst=1000000001,0&rnd=0.2871554515005317#06528081928304519,
свободный (дата обращения: 30.08.2021).

14. Воздушный кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 19 марта 1997 г. №60-ФЗ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=284303&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.9529654047269623#02173740395832487>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

15. «Правила обеспечения доступа к услугам субъектов естественных монополий в аэропортах»: Утверждены Постановлением Правительства РФ от 22 июля 2009 г. №599. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=125739&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.5954125310054181#0277225887411246> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

16. Федеральные авиационные правила «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей»: Утверждены Приказом Минтранса РФ от 28 июня 2007 г. №82. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=281408&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.250205002590663#05397694040274126> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

17. Федеральные авиационные правила «Требования, предъявляемые к аэродромам, предназначенным для взлета, посадки, руления и стоянки гражданских воздушных судов»: Утверждены Приказом Минтранса РФ от 25 августа 2015 г. №262. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/71220212>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

ГОСТ Р 51004-96 Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://standartgost.ru/g/%D0%93%D0%9E%D0%A1%D0%A2_%D0%A0_51004-96, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

18. Журнал «Аэропорт-Партнёр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.airport.org.ru/06.html>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

19. Журнал «Аэропорты. Прогрессивные технологии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazin.aero>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

20. Министерство транспорта Российской Федерации». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mintrans.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

Федеральное агентство воздушного транспорта. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

21. Консультант Плюс. Официальный сайт компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

22. Гарант. Официальный сайт компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/bank>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

23. Издательство «ЮРайт». Официальный сайт издательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://urait.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

24. Открытая база ГОСТов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://standartgost.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

25. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://e.lanbook.com>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

5 семестр

а) основная литература:

1. Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова; под редакцией О. И. Долгановой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00866-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450550> (дата обращения: 30.03.2021).
2. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469152> (дата обращения: 30.08.2021).
3. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09385-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475174> (дата обращения: 30.08.2021).

б) дополнительная литература:

4. Репин, В. В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / Владимир Репин. — 2-е изд. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 512 с. ISBN 978-5-91657-907-9
5. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов /Владимир Репин, Виталий Елиферов. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 544 с. ISBN 978-5-91657-554-5
6. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: BPM СВОК 3.0 / Под ред. А. А. Белайчука, В. Г. Елифёрова ; Пер. с англ. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 480 с. ISBN 978-5-9614-5455-0
7. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учебник и практикум для вузов / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03319-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468778> (дата обращения: 30.08.2021).
8. Горбашко, Е. А. Управление качеством : учебник для вузов / Е. А. Горбашко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 352 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9133-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449768> (дата обращения: 30.08.2021).
9. Андерсен Бьёрн. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования /Пер. с англ.С.В. Ариничева /Науч. ред. Ю.П. Адлер. - М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.- 272 с, илл. - (Серия «Практический менеджмент»). ISBN 5-94938-012-6
10. Шёнталер, Ф. Бизнес-процессы. Языки моделирования, методы, инструменты / Ф. Шёнталер. - М.: Альпина Паблишер, 2021. - 264 с.
11. Джестон, Д. Управление бизнес-процессами. Практическое руководство по успешной реализации проектов / Д. Джестон, Й. Нелис. - М.: Символ, 2015. - 512 с.
12. ГОСТ Р 58876-2020 Системы менеджмента качества организаций авиационной, космической и оборонной отраслей промышленности.

Требования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://standartgost.ru/g/ГОСТ_P_58876-2020 (дата обращения: 30.08.2021).

13. ISO/IEC 19510:2013 Информационные технологии. Модель и нотация процесса менеджмента объекта в групповом бизнесе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://standartgost.ru/g/ISO/IEC_19510:2013 (дата обращения: 30.08.2021).

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

14. Министерство транспорта Российской Федерации». Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrans.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

15. Федеральное агентство воздушного транспорта. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://favt.gov.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

16. Ассоциация профессионалов управления бизнес-процессами (ABPMP Russian Chapter). Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://abpmp.org.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

17. ELMA — система управления бизнес-процессами и эффективностью. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elma-bpm.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

18. Comindware Business Application Platform - цифровая платформа для разработки бизнес-приложений. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.comindware.com/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

19. Business Studio — система бизнес-моделирования. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.businessstudio.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

20. Bizagi – цифровая платформа для бизнес моделирования. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bizagi.com/en/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

21. Консультант Плюс. Официальный сайт компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

22. Образовательная платформа Юрайт. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://urait.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

23. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

6 семестр:

- 1 Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 280 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8246-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F.
- 2 Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 244 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8566-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/60DEA738-7D32-4FA3-B6F9-D56A94BA6678.
- 3 Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для академического бакалавриата /

А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 219 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8568-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/20AB9403-CE8A-4ECF-89B2-BDE40F34A467.

б) дополнительная литература:

- 4 Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 570 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EE1D03E0-11C3-4726-AB58-622E556B1BF5.
- 5 Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 314 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5EEC4AE6-1F9D-4CD6-AE6A-E0E34E01E8A7.
- 6 Короткова, Т. Л. Управление маркетингом : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2021. — 322 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-01632-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A81C890C-1135-44E7-8783-D90449B53719.

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

7 Федеральная служба государственной статистики (Росстат) Официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://government.ru/department/250/events/> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

8 журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

9 журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-3.html> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

10 журнал «Телескоп: журнал маркетинговых и социологических исследований» [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.teleskop-journal.spb.ru , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

11 Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

12 Федеральная служба государственной статистики (Росстат) Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/department/250/events/> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

13 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

14 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

15 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

16 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

17 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] —

Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

7 Семестр

а) основная литература:

1 Филь М., Социальные сети: новые технологии управления миром [Электронный ресурс] / Филь М. - М. : Университет 'Синергия', 2016. - 192 с. - ISBN 978-5-4257-0222-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702227.html>

2 Интернет-СМИ: Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 348 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html>

3 Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: Монография/С.П.Казаков - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 98 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль) (Обложка) ISBN 978-5-369-01453-0, 100 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=508573>

4 Ларионова Е. Краткое руководство по медиаанализу и оценке эффективности PR? 2015

б) дополнительная литература:

Интернет-журналистика и интернет-реклама [Электронный ресурс]: Учебное пособие-журналистика и интернет-реклама [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2021. - 248 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html>

PR: методы работы со средствами массовой информации: Учебное пособие / Б.Р. Мандель. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 205 с.: 60x90

1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0094-3 Режим доступа:
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=367039>

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

5 Федеральная служба государственной статистики (Росстат) Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/department/250/events/> , свободный (дата обращения: 29.01.2021).

6 журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mavriz.ru> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

7 журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://grebennikon.ru/journal-3.html> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

8 журнал «Телескоп: журнал маркетинговых и социологических исследований» [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.teleskop-journal.spb.ru , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

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

9 Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

10 Федеральная служба государственной статистики (Росстат) Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/department/250/events/> , свободный (дата обращения: 30.08.2021).

11 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

12 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

13 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

14 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

15 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsosman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 30.08.2021).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), 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
«Ресурсное обеспечение авиабизнеса»	<p>Ауд. 526 «Аудитория автоматизированных систем бронирования и продаж авиационных услуг»</p> <ul style="list-style-type: none"> - компьютер «Алкор» – 12 шт. - ноутбук HP – 1 шт, Itelcore. - монитор LG - 11 шт. монитор Hyundai - 1 шт. - проводная мышь Lgitech (оснащены все компьютеры). - проектор «Mitsubishi» - 1 шт. - колонки (оснащены все компьютеры) <p>Ауд. 535 «Лаборатория автоматизированного обучения»</p> <ul style="list-style-type: none"> - компьютер RAMEC – 13 шт. - проводная мышь Lgitech (оснащены все компьютеры). - монитор LG – 13 шт. - проектор «CANON» - 1 шт. - колонки (оснащены все компьютеры). <p>Ауд. 456 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Компьютер в комплекте (системный блок +ЖК монитор LG 19 W1952TE) – 13 шт. Информационный киоск</p> <p>Ауд. 458 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и</p>	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

	промежуточной аттестации Компьютер в комплекте RAMECSTORMCustomW - 13 шт. Мультимедийный проектор AcerX1261 P Принтер HL2140RBrother Экран	
	Ауд. 273 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - стационарный экран для проектора – 1шт. (2016г.); - проектор для просмотра видео и графического материала (Casio XJ-V2 DLP 3000 ANSI XGA) – 1 шт. (2016г.); - магнитно-маркерная доска – 1шт. - ноутбук (HP630) – 1 шт. (2012г.)	

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» предполагает использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

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 «Ресурсное 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 «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» включает: устные опросы, тесты и доклады.

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).

Доклад – публичное выступление обучающегося, представляющее собой развернутое изложение на определённую тему.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета, зачета с оценкой, экзамена в конце 3,4,5,6,7 семестров

Зачет и зачет с оценкой и экзамен позволяют оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет, зачет с оценкой экзамен предполагают ответы на теоретические вопросы

К моменту сдачи зачета, зачета с оценкой и экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на лекциях и практических занятиях, участие студентов в конференциях и подготовку ими публикаций, что отражено в балльно-рейтинговой оценке текущего контроля успеваемости и знаний

студентов в п. 9.1. Описание шкалы оценивания, используемой для проведения промежуточной аттестации, приведено в п. 9.5.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

3 семестр

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		
Тема 1. Бизнес-планирование, его цели и задачи. Роль и место бизнес-планирования в коммерческой деятельности авиапредприятия				
Лекция 1	2	3		
Практическое занятие 1	2	3		УО, Д
Практическое занятие 2	2	4		УО, Д
Итого по теме 1	6	10		
Тема 2 Основные показатели и процедуры расчета бизнес-планирования				
Лекция 2	2	3		
Практическое занятие 3	2	3		УО, Д
Практическое занятие 4	2	4		УО, Д

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		
Итого по теме 2	6	10		
Тема 3 Бизнес-идея. Бизнес-модель как основа бизнес-плана				
Лекция 3	2	3		
Практическое занятие 5	2	3		УО, Д
Практическое занятие 6	2	4		УО, Д
Итого по теме 3	6	10		
Тема 4. Этапы разработки и структура бизнес-плана				
Лекция 4	2	3		
Практическое занятие 7	2	3		УО, Д
Практическое занятие 8	2	4		УО, Д
Итого по теме 4	6	10		
Тема 5. Резюме. Описание отрасли и компании				
Лекция 5	2	3		
Практическое	2	3		УО, Д

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		
занятие 9				
Практическое занятие 10	3	4		УО, Д
Итого по теме 5	7	10		
Тема 6. План маркетинга				
Лекция 6	2	3		
Практическое занятие 11	2	3		УО, Д
Практическое занятие 12	3	4		УО, Д
Итого по теме 6	7	10		
Тема 7. План производства и организационный план				
Лекция 7	2	3		
Практическое занятие 13	2	3		УО, Д
Практическое занятие 14	3	4		УО, Д
Итого по теме 7	7	10		

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		
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет	15	30		
Итого по дисциплине	60	100		
Премияльные виды деятельности				
Участие в конференции по темам дисциплины		10		
Научная публикация по темам дисциплины		10		
Итого дополнительно премиальных баллов		20		
Всего по дисциплине для рейтинга		120		

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		

Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по «академической» шкале

Количество баллов по балльно-рейтинговой системе	Оценка (по «академической» шкале)
90 и более	5 – «отлично»
75÷89	4 – «хорошо»
60÷74	3 – «удовлетворительно»
менее 60	2 – «неудовлетворительно»

4 семестр

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов. Вид промежуточной аттестации – зачет (4-й семестр).

Тема/вид учебных занятий	Количество баллов	Срок	Приме-
--------------------------	-------------------	------	--------

(оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	минималь ное значение	максима льное значени е	контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	чание
Тема 1	2	4		
Практическое занятие 1	3	3		УО, Д
Тема 2	2	4		
Практическое занятие 2	3	3		УО, Д
Тема 3	2	4		
Практическое занятие 3	3	4		УО, Д
Тема 4	2	4		
Практическое занятие 4	3	4		УО, Д
Тема 5	2	4		
Практическое занятие 5	3	4		УО, Д
Тема 6	2	4		
Практическое занятие 6	3	4		УО, Д
Тема 7	2	4		
Практическое занятие 7	3	4		УО, Д
Тема 8	2	4		
Практическое занятие 8	3	4		УО, Д

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Тема 9	2	4		
Практическое занятие 9	3	4		УО, Д
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
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»		

5 семестр

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов. Вид промежуточной аттестации – экзамен (5-й семестр).

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималь ное значение	максима льное значени е		
Тема 1	3	4		
Практическое занятие 1	3	6		УО, Д
Тема 2	3	4		
Практическое занятие 2	3	6		УО, Д
Тема 3	3	4		
Практическое занятие 3	3	6		УО, М
Тема 4	3	4		
Практическое занятие 4	4	6		УО, М
Тема 5	3	4		
Практическое занятие 5	4	6		УО, М
Тема 6	3	4		
Практическое занятие 6	4	6		УО, М
Тема 7	3	4		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Практическое занятие 7	3	6		УО, Д
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Премиальные виды деятельности				
Участие в конференции по темам дисциплины		10		
Научная публикация по темам дисциплины		10		
Итого дополнительно премиальных баллов		20		
Всего по дисциплине для рейтинга		120		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
		«академической» шкале)		
90 и более	5 – «отлично»			
75÷89	4 – «хорошо»			
60÷74	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	2 – «неудовлетворительно»			

6 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Лекция 1			1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Практическое занятие 2	2	3	1	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Лекция 2			2	
Практическое занятие 3	2	3	2	
Практическое занятие 4	2	3	2	
Лекция 3			3	
Практическое занятие 5	2	3	3	
Практическое занятие 6	2	3	3	
Лекция 4			4	
Практическое занятие 7	2	3	4	
Практическое занятие 8	2	3	4	
Лекция 5			5	
Практическое занятие 9	2	3	5	
Практическое занятие 10	2	3	5	
Лекция 6			6	
Практическое занятие 11	2	3	6	
Практическое занятие 12	2	3	6	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималь ное значение	максима льное значени е		
Лекция 7			7	
Практическое занятие 13	2	3	7	
Практическое занятие 14	2	3	7	
Лекция 8			8	
Практическое занятие 15	2	3	8	
Практическое занятие 16	2	3	8	
Лекция 9			9	
Практическое занятие 17	2	3	9	
Практическое занятие 18	2	3	9	
Лекция 10			10	
Практическое занятие 19	2	3	10	
Практическое занятие 20	2	3	10	
Лекция 11			11	
Практическое занятие 21	2	3	11	
Лекция 12			11	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималь ное значение	максима льное значени е		
Практическое занятие 22	2	3	12	
Лекция 13			12	
Практическое занятие 23	2	3	12	
Лекция 14			13	
Практическое занятие 24	2	3	13	
Лекция 15			13	
Практическое занятие 25	2	3	14	
Лекция 16			15	
Практическое занятие 26	2	3	16	
Лекция 17			17	
Практическое занятие 27	2	3	17	
Лекция 18			18	
Итого по обязательным видам занятий	54	81		
Зачет	6	19		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		

7 семестр, зачет с оценкой

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимально е значение	максимал ьное значение		
Тема 1	1	2	1	
Практическое занятие 1	2	4	2	
Практическое занятие 2	3	4	2	
Тема 2	1	2	3	
Практическое занятие 3	3	4	4	
Практическое занятие 4	3	4	4	
Тема 3	1	2	5	
Практическое занятие 5	3	4	6	
Практическое занятие 6	2	4	6	
Тема 4	1	2	7	
Практическое занятие 7	3	4	8	
Практическое занятие 8	2	4	8	
Тема 5	1	2	9	
Практическое занятие 9	3	4	10	
Практическое занятие 10	3	4	10	
Тема 6	1	2	11	
Практическое занятие 11	3	4	12	
Практическое занятие 12	2	4	12	
Тема 7	1	2	12	
Практическое занятие 13	3	4	13	
Практическое занятие 14	3	4	13	

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		
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Премиальные виды деятельности				
Участие в конференции по темам дисциплины		10		
Научная публикация по темам дисциплины		10		
Итого дополнительно премиальных баллов		20		
Всего по дисциплине для рейтинга		120		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку 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»		

6 семестр

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет

- 1 Необходимость МИ, виды МИ
- 2 Основные направления МИ
- 3 Проектные исследования и маркетинговая разведка
- 4 Количественные и качественные исследования
- 5 Основные направления маркетинговых исследований в связях с общественностью
- 6 Этические принципы проведения МИ
- 7 Программа маркетингового исследования
- 8 Формулировка проблемы, определение объекта и предмета исследования
- 9 Предварительный анализ проблемы и предмета исследования
- 10 Определение методов и процедур сбора информации
- 11 Обоснование системы выборки единиц наблюдения
- 12 Разработка плана и технического задания исследования.
- 13 Анкета как инструмент исследования
- 14 Структура и оформление анкеты
- 15 Правила формирования исследовательской выборки
- 16 Типы выборок
- 17 Репрезентативность выборки
- 18 Методы обработки и анализа собранной информации
- 19 Подготовка отчета по результатам исследования
- 20 Презентация отчета по результатам исследования
- 21 Интервью как метод исследования
- 22 Виды интервью
- 23 Методика и техника интервьюирования
- 24 Включенное наблюдение как метод исследования
- 25 Методика включенного наблюдения

- 26 Фокус-группы как метод исследования
- 27 Организация проведения фокус-групп
- 28 Ситуационный анализ: понятие, возможности применения

7 семестр

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой

- 1 Медиааналитика (медиаанализ) как прикладная дисциплина
- 2 Основные задачи и возможности медиаанализа
- 3 Роль медиаанализа в практике связей с общественностью.
- 4 Понятие «медиаазамерения», виды медиаазамерений
- 5 Роль медиаазамерений в проведении и оценке эффективности пиар-кампаний
- 6 Общие рекомендации по проведению медиаазамерений
- 7 Барселонские принципы как международный стандарт медиаазамерений
- 8 Система оценки для социальных медиа организации АМЕС
- 9 Основные этапы медиаанализа
- 10 Создание брифа исследования, его основные задачи
- 11 Составление технического задания
- 12 Формирование базы данных
- 13 Кодировка данных. Статистический анализ и интерпретация данных
- 14 Презентация результатов исследования
- 15 Количественные и качественные критерии в исследовании публикаций
- 16 Гибридный подход в медиааналитике
- 17 Параметры исследования публикаций
- 18 Метрики анализа СМИ: общая характеристика

- 19 Media Presence, Geographical coverage, Media Outreach: определение, возможности использования
- 20 Cost per mille, Media Favorability Index, Key Messages: определение, возможности использования
- 21 Интегральные метрики оценки СМИ в медиаанализе
- 22 Эквивалент стоимости PR (PR Value - PRV).
- 23 Показатели приближения публикации к идеалу (Perfectness Rate, Mean-Perfectness Pate – PRt, M-PRt)
- 24 Качество медиаполя (Media Quality - MQ)
- 25 Критерии системы KPI PR-специалиста
- 26 Индекс благосклонности медиа, Ключевые сообщения как KPI.
- 27 PR Value, показатели приближения публикации к идеалу как KPI
- 28 Количественные и качественные параметры социальных медиа как KPI PR-специалиста

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

В процессе преподавания дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

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

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета и зачета с оценкой

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);
- форма и содержание доклада (пункт 5,1);
- тестирование (пункт 5,1).

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» предусмотрены зачет, зачет с оценкой, экзамен и защита курсовой работы. Для допуска к нему необходимо предоставить все тестовые работы (пункт 5,1), выполняемые в течение семестров.

Зачет, зачет с оценкой, экзамен проводятся 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

3 семестр

Обеспечивающие дисциплины: «Экономика».

Примерные вопросы входного контроля:

1. Понятие предприятия, цель функционирования предприятия.
2. Основные средства предприятия, структура и классификация.
3. Понятие, состав и классификация оборотных средств.
4. Трудовые ресурсы предприятия.
5. Понятие прибыли и рентабельности.
6. Понятие себестоимости.
7. Показатели оборачиваемости.
8. Типы и характеристики основных управленческих решений.

4 семестр

Основы менеджмента

1. Организация, ее функциональные области и производственные структурные подразделения.
2. Классификация организаций.
3. Правовые аспекты создания организаций.
4. Организационно-правовые формы предприятий.
5. Организационные структуры. Линейная и функциональная структура управления. Преимущества и недостатки.
6. Организационные структуры. Матричная и сетевая структуры управления. Преимущества и недостатки.

Иностранный язык

Прочитайте и переведите текст, соблюдая законы артикуляции, интонации и ритма нейтральной речи.

It was cold gray day without wind. By nightfall it would rain. There was the spasmodic engine whine of unseen planes. The plane from New York had been delayed and the echoing voice had announced in French and English over the public-address system that the flight for Rome had been put back by a half-hour.

The usual gloom of airports, that mixture of haste and apprehension which has become the atmosphere of travel because nobody waits comfortably for the take-off of an airplane, was intensified by the weather. The neon light made everyone look poor and unwell. There was a feeling that if each traveler had the chance to choose again, he would cancel his passage and go by boat or train or automobile.

In a corner of the restaurant a man and a woman waited, drinking coffee.

Then the voice in French and English announced that the passengers were asked to pass through Customs; the plane for Rome, flight No. 804, was ready and was loading. The man hurried past the Customs and out onto the wet tarmac toward the waiting plane. As the plane taxied off toward the starting point on the runway, the man saw his wife and children, outside the restaurant now, waving, then settled back in his seat, relieved. The plane gathered speed for the take off.

Маркетинг

- 1 Понятие рынка в маркетинге. Классификация рынков.
- 2 Сегментация рынка. Принципы сегментации.
- 3 Рыночная ниша и рыночные стратегии компании. Пробные рынки.
- 4 Концепция системы маркетинговой информации
- 5 Система маркетингового исследования.
- 6 Виды и стратегии конкуренции.

Экономика

1. Рынок: сущность функции, структура, инфраструктура.
2. Рыночный спрос: объем спроса, функция и кривая спроса.

3. Рыночное предложение: объем, функция и кривая предложения.
4. Сущность рыночного равновесия.
5. Эластичность спроса и предложения. Показатели эластичности.

7 Семестр

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

- 1 Объект и предмет исследования. Постановка цели и задач исследования.
- 2 Операционализация и интерпретация основных понятий исследования. Структура операциональных определений. Понятия, признаки и переменные.
- 3 Понятие гипотезы исследования, виды гипотез.
- 4 Общая структура программы исследования.
- 5 Количественные и качественные методы в исследованиях: основное назначение, область применения.
- 6 Особенности количественных методов исследования.
- 7 Особенности качественных методов исследования.

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

УК-1; УК-2; УК-5; УК-9; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6

Компетенции	Критерии	Показатели
УК-1Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: основы поиска и синтеза информации ,способы применения системного подхода для решения задач	Знает:основы поиска и синтеза информации, способы применения системного подхода для решения задач
	Уметь: -применять системный подход для решения	Умеет: применять системный подход для решения поставленных задач

Компетенции	Критерии	Показатели
	поставленных задач	
	<p>Владеть:</p> <p>Способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации</p> <p>-</p>	<p>Владеет:</p> <p>Способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации</p>
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: правила устной и письменной деловой коммуникации	Знает: правила устной и письменной деловой коммуникации
	Уметь: строить деловые коммуникации для решения задач в рамках поставленной цели	Умеет: строить деловые коммуникации для решения задач в рамках поставленной цели
	Владеть: способностью выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, а также норм делового общения	Владеет: способностью выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, а также норм делового общения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	Знать: основы восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-	Знает: основы и закономерности восприятия межкультурного

Компетенции	Критерии	Показатели
социально-историческом, этическом и философском контекстах.	историческом, этическом и философском контекстах.	разнообразия общества; знает особенности восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
	Уметь: применять основы восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Умеет: применять особенности восприятия межкультурного разнообразия общества в своей профессиональной деятельности.
	Владеть: навыками применения основ восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	Владеет: основными навыками применения основ восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
УК-9.Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Гражданская позиция	Знать понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики	Понимает функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социально-экономической политики и ее влияние на индивида
	Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует инструменты и методы экономических расчётов для

Компетенции	Критерии	Показатели
		<p>обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и обосновывает собственные экономические риски</p>
<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>Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Находит эффективные организационно-управленческие решения, самостоятельно осваивает прикладные экономические знания, необходимые для работы в профессиональной сфере.</p>
	<p>Знать:</p> <p>-тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;</p>	<p>Знает:</p> <p>-значение понятия «социальный институт», а также механизмы и регуляторы общественных процессов и отношений; особенности отечественного и зарубежного опыта в области социологических исследований, этапы проведения социологических исследований и источники информации для проведения социологических исследований и обработки полученной информации;</p>
	<p>Уметь:</p> <p>-взаимодействовать с различными типами общественных и</p>	<p>Умеет:</p> <p>-грамотно применять социологические методы при проведении исследований, изучая общественные тенденции.</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
	<p>государственных институтов;</p> <p>соотносить создаваемые коммуникационные продукты со структурой, функциями и принципами общественных и государственных институтов, механизмами их функционирования в коммуникационном пространстве;</p>	<p>Готовить и предоставлять аналитический отчет в соответствии с требованиями заказчика, учитывая специфику общественных и государственных институтов и их механизмов функционирования;</p>
	<p>Владеть:</p> <p>-методами взаимодействия с различными типами общественных и государственных институтов;</p> <p>-социальными технологиями создания коммуникационных продуктов с учётом функций и принципов общественных и государственных институтов;</p>	<p>Владеет:</p> <p>- навыками взаимодействия с различными типами общественных и государственных институтов;</p> <p>-социальными технологиями создания коммуникационных продуктов с учётом функций и принципов общественных и государственных институтов, опросными методами как интервью, кейс-стади, маркетинговый анализ сайтов;</p>
<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать: теоретические основы отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p>Уметь: учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также специфику средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и</p>	<p>Знает: теоретические основы отечественного и мирового культурного процесса.</p> <p>Умеет: учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также специфику средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или)</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
	(или) иных коммуникационных продуктов.	иных коммуникационных продуктов.
	Владеть: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности.	Владеет: навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе профессиональной деятельности.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: - специфику профессиональной деятельности, содержание профессиональных функций.	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Уметь: - решать задачи профессиональной деятельности под управлением	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Компетенции	Критерии	Показатели
	<p>Владеть:</p> <p>- коммуникативными и управленческими навыками в области рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Способен планировать и реализовывать коммуникативные стратегии на основе анализа потребностей и запросов целевой аудитории</p>
<p>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</p>	<p>Знать: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Знает: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью.</p>
	<p>Уметь: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Умеет: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью.</p>
	<p>Владеть: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.</p>	<p>Владеет: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.</p>
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и</p>	<p>Знать: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.</p>	<p>Знает: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.</p>

Компетенции	Критерии	Показатели
информационно-коммуникационные технологии	Уметь: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.	Умеет: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.
	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 и зачет с оценкой – 30.

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

При наборе менее 15 баллов – зачет и зачет с оценкой не 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

СМ п.5.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (Устный опрос, тест, доклад)

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

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса

3 семестр

1. Менеджмент авиатранспортного производства. Основные понятия и определения.
2. Цели и задачи ресурсобеспечения.
3. Понятие о ресурсах и необходимости обеспечения ими авиапредприятия.
4. Взаимосвязь ресурсов с затратами авиапредприятия.
5. Ресурсобеспечение как процесс и как средство.
6. Ресурсобеспеченность авиапредприятия.
7. Цели и задачи ресурсопотребления.
8. Эффективное использование ресурсов (ресурсоэффективность).
9. Неопределенность и риски в ресурсобеспечении.
10. Производственные ресурсы.
11. Используемые и выходные ресурсы.
12. Понятие и сущность авиатранспортного предприятия.
13. Классификация авиакомпаний.
14. Признаки сложной (большой) организационно-технической системы (БОТС)

Темы докладов

1. Авиационный менеджмент.
2. Задачи и функции авиационного менеджмента.
3. Структура авиатранспортного производства.
4. Ресурсное обеспечение авиатранспортного производства (на примере).
5. Ресурсного обеспечения авиабизнеса (на примере).
6. Понятие и сущность авиатранспортного предприятия.
7. Анализ внешней среды авиакомпании (PEST-анализ).
8. Анализ внутренней и внешней среды авиакомпании (SWOT-анализ).

9. Организационная структура авиакомпании
10. Структура управления авиакомпании
11. Система материально-технического обеспечения авиакомпании.
12. Служба материально-технического снабжения.
13. Обеспечения регулярности и надежности авиатранспортного производства.
14. Обеспечения качества и конкурентоспособности продукции авиакомпании.

Данный перечень может быть дополнен в ходе проведения занятий.

В соответствии с планом практических занятий обучающийся подготавливает доклад по предлагаемой теме с презентацией в формате PowerPoint.

4 семестр

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса

1. Структурные подразделения перевозчика (авиакомпаний).
2. Компоновка пассажирской кабины гражданских воздушных судов.
3. Обеспечение среды пребывания пассажиров на борту гражданских воздушных судов.
4. Услуги для пассажиров на борту воздушных судов внутренних воздушных линий Российской Федерации.
5. Основные формы интеграции перевозчиков (авиакомпаний).
6. Структурные подразделения аэропортового предприятия.
7. Основные элементы аэропорта и их назначение.
8. Виды аэропортовой деятельности и их определение.
9. Основные функции главного оператора и операторов аэропортов по видам аэропортовой деятельности.
10. Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропорту.
11. Основные элементы аэродрома и их назначение.

12. Задачи и функции аэродромной службы.
13. Площадки специального назначения и требования к ним.
14. Маркировочные знаки искусственных покрытий элементов аэродромов.
15. Комплекс мероприятий и работ, направленных на подготовку летного поля аэродрома к эксплуатации в летний период.

Темы докладов

1. Перевозчик (авиакомпания), как элемент авиатранспортной системы.
2. Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна.
3. Услуги, предоставляемые пассажирам на борту воздушного судна авиакомпаний РФ.
4. Услуги, предоставляемые пассажирам на борту воздушного судна международных авиакомпаний.
5. Авиационные альянсы перевозчиков (авиакомпаний).
6. Анализ деятельности ПАО «Аэрофлот - российские авиалинии» в составе авиационного альянса «Sky Team».
7. Анализ деятельности ПАО «Авиакомпания «Сибирь» в составе авиационного альянса «One World».
8. Способы повышения конкурентоспособности перевозчика (авиакомпания).
9. Аэропорт, как элемент авиатранспортной системы.
10. Формирование стоимостной основы сборов на регулируемые услуги в аэропортах РФ.
11. Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропортах РФ.
12. Услуги, предоставляемые пассажирам в международных аэропортах.
13. Современная наземная авиационная техника, эксплуатируемая в аэропортах РФ.
14. Современная наземная авиационная техника, эксплуатируемая в международных аэропортах.

5 семестр

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса

1. Что такое система управления организацией?
2. Какие существуют подходы к управлению организацией?
3. В каких подходах организация рассматривается как система?
4. В чем заключаются различия между функциональным и процессным подходом?
5. Чем отличается процесс от функции?
6. Какими элементами обладают все бизнес-процессы?
7. Для каких процессов персонал является ресурсом, а для каких входящим и выходящим потоком?
8. Входом, выходом или ресурсом является должностная инструкция в процессе «управление продажами авиабилетов»?
9. К какому типу процессов (основной, поддерживающий, процесс управления или развития) относится процесс «Планирование деятельности аэропорта»?
10. Какова иерархическая структура бизнес-процессов компании?
11. В чем заключается управление бизнес-процессами?
12. Для чего проводят обследование бизнес-процессов организации?
13. К какому типу диаграмм относится схема, построенная в нотации IDEF0?
14. Для решения каких задач бизнес-процессы описываются с помощью методологии IDEF3?
15. В чем отличается методология IDEF0 от методологии IDEF3?
16. Что означает аббревиатура ARIS и что под ней подразумевается?
17. Какие четыре «взгляда» лежат в основе методологии ARIS?
18. Какие модели ARIS наиболее часто используются на практике?
19. В чем главное отличие методологии BPM от методологии IDEF и ARIS?
20. Для решения каких задач бизнес-процессы описываются с помощью BPMN?
21. На каком этапе выполнения проекта исследования бизнес-процессов компании строятся модели процессов «to be»?
22. В чем отличие реинжиниринга процессов от пошагового совершенствования бизнес-процесса?

Темы докладов.

1. Функциональный подход в управлении организацией (на примере авиакомпании).
2. Функциональный подход в управлении организацией (на примере аэропорта).

3. Процессный подход в управлении организацией (на примере авиакомпании).
4. Процессный подход в управлении организацией (на примере аэропорта).
5. Система управления бизнес-процессами.
6. Анализ бизнес-процессов.
7. Анализ ресурсного обеспечения бизнес-процесса.
8. Анализ рисков бизнес-процесса.
9. Оценка бизнес-процессов.
10. Обеспечение непрерывности бизнес-процесса.
11. Показатели продуктивности процесса.
12. Инструментальные средства моделирования.

Темы по моделированию бизнес-процессов.

1. Описать в нотации IDEF0 бизнес-процессы верхнего уровня авиакомпании.
2. Описать в нотации IDEF0 бизнес-процессы верхнего уровня аэропорта.
3. Описать в нотации IDEF0 процесс «Наземное обслуживание воздушного судна на перроне аэропорта прибытия».
4. Описать в нотации IDEF0 процесс «Организация поставок запасных частей и комплектующих для ремонта/обслуживания воздушных судов».
5. Описать в формате «Блок-схема» процесс «Приобретение пассажиром авиабилета на сайте авиакомпании»
6. Описать в формате «Блок-схема» процесс «Прохождение пассажиром предполетного досмотра, регистрации и оформления багажа в аэропорту отправления».
7. Описать в формате «Блок-схема» процесс «Подготовка членов кабинного экипажа воздушного судна».
8. Описать в формате «Блок-схема» процесс «Организация питания пассажиров на борту воздушного судна».
9. Описать в нотации eEPC процесс «Подготовка летного состава воздушного судна».
10. Описать в нотации eEPC процесс «Оформление перевозки багажа».
11. Описать в нотации eEPC процесс «Разработка маршрутной сети авиакомпании».
12. Описать в нотации eEPC процесс «Доставка пассажиров к месту стоянки воздушного судна».

13. Описать в нотации eEPC процесс «Организация посадки пассажиров на воздушное судно».
14. Описать в нотации BPMN 2.0. процесс «Оформление документации на воздушную перевозку пассажиров и багажа».
15. Описать в нотации BPMN 2.0. процесс «Заказ запасных частей для обслуживания воздушных судов».
16. Описать в нотации BPMN 2.0. процесс «Предоставление буксировочных водил для осуществления буксировки воздушного судна».
17. Описать в нотации BPMN 2.0. процесс «Осуществление деятельности по обслуживанию пассажиров на борту воздушного судна во время полета».
18. Описать в нотации BPMN 2.0. процесс «Выполнение работ по точной и своевременной терминальной обработке багажа пассажиров».

6 семестр

1. Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований

Вопросы

1 Назовите основные факторы, обуславливающие необходимость проведения маркетинговых исследований.

2 Какие виды маркетинговых исследований относятся к количественным методам?

3 Какие виды маркетинговых исследований относятся к качественным методам?

4 Назовите основные направления маркетинговых исследований.

5 При оценке конкуренции на рынке какие методы сбора информации наиболее адекватны поставленной задаче?

Тема доклада: Какие виды маркетинговых исследований применяются при разработки рекламных кампаний?

2. Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования

Вопросы

- 1 Назовите основные разделы программы исследования.
- 2 В каких случаях в программе исследования формулируются гипотезы?
- 3 Назовите основные разделы технического задания
- 4 В каких случаях разрабатывается программа исследования?
- 5 В чем отличия программы исследования от технического задания?

Задание: Студентам выдаются цель и основные задачи маркетингового исследования. Необходимо разработать техническое задание по проведению исследования.

3. Разработка анкеты

Вопросы

- 1 Назовите особенности разработки анкеты при различных методах сбора первичной информации.
- 2 Назовите основные типы вопросов, используемых анкете.
- 3 При каких условиях используются закрытые вопросы?
- 4 Основные требования подготовки интервьюеров?
- 5 Что такое пилотаж анкеты?

Задание: Студентам выдаются цель и основные задачи маркетингового исследования. Необходимо разработать анкету.

4. Формирование выборки

Вопросы

- 1 Что такое соломенный опрос?
- 2 Что такое репрезентативность выборки?
- 3 Назовите основные типы выборок и дайте их характеристики.
- 4 Что такое систематическая ошибка выборки?
- 5 От каких условий зависит качество выборки?

Задание. Контрольный тест по модулю «количественные исследования»

(см. тест 1)

5. Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования

Вопросы

- 1 Что такое медиана и мода?
- 2 Что коэффициенты корреляции?
- 3 Назовите основные условия правильного анализа двумерных таблиц.
- 4 Назовите основные раздела отчета по результатам исследования?
- 5 Назовите основные качества хорошего отчета?

Задание. Студентам выдаются двумерная таблица, по которой надо проанализировать связь зависимой переменной с социально-демографическими характеристиками респондентов и написать краткий отчет.

6. Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований

Вопросы

- 1 Назовите различия формулирования гипотез в количественном и качественном исследовании.
- 2 Назовите различия в представлении данных в количественном и качественном исследовании.
- 3 Что такое транскрипт?
- 4 Назовите особенности в представлении результатов в количественном и качественном исследовании.

Тема доклада: В каких случаях принимают решение о качественном исследовании?

7. Глубинное интервью

Вопросы

- 1 Назовите основные типы интервью.
- 2 Чем отличаются направленное и ненаправленное интервью.
- 3 Назовите основные разделы вопросника глубинного интервью?
- 4 Опишите основные этапы проведения интервью.
- 5 Назовите возможные ошибки интервьюера при проведении глубинного интервью?

Тема доклада: В чем могут выражаться искажения при проведении глубинного интервью?

8. Включенное наблюдение

Вопросы

- 1 В каких случаях используют метод включенного наблюдения?
- 2 Место и роль наблюдателя в изучаемом процессе.
- 3 Основные проблемы вхождения в поле. Роль проводника.
- 4 Основные стадии наблюдения.
- 5 Основные типы полевых документов.

Тема доклада: Влияние понимания различий между знаками и символами при интерпретации результатов включенного наблюдения.

9. Фокус-группы

Вопросы

- 1 Общие принципы формирования фокус-групп.
- 2 Основные требования к организации проведения фокус-групп.
- 3 Основные разделы плана (сценарий)обсуждения.
- 4 Задачи модератора.
- 5 Организация работы группы.

Задание. Контрольный тест по модулю «качественные исследования» (см. тест 2)

10. Ситуационный анализ

Вопросы

- 1 В каких целях применяется ситуационный анализ?
- 2 Классический подход использования СА.
- 3 Что такое деловая разведка?
- 4 Опишите внутренние и внешние факторы среды при СА.
- 5 Основные этапы СА.

Тема доклада: Основные причины, вызывающие необходимость ситуационного анализа.

8 семестр

Тема 1 Основные задачи и возможности медиаанализа

Вопросы

1. Понятие медиаанализа.
2. Задачи и направления медиаанализа.
3. Предмет медиаанализа
4. Методы медиаанализа

Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний

Вопросы

- 1 Понятие «медиаизмерения
- 2 Виды медиаизмерений
- 3Какова роль медиаизмерений в проведении и оценке эффективности пиар-кампаний.
- 4 В чем сущность Барселонских принципов как международного стандарта медиаизмерений
- 5 Какие рекомендации по проведению медиаизмерений разработали российские специалисты.

Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования

Вопросы

1. Назовите основные этапы медиаанализа
2. Каковы основные задачи брифа
3. Каково содержание брифа
4. Каково назначение технического задания
5. Назовите методы формирования базы данных

Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций

Вопросы

- 1 Назовите количественные и качественные критерии в исследовании публикаций.
- 2 В чем состоит гибридный подход в медиааналитике.
- 3 Что является единицей медиаанализа?
- 4 Охарактеризуйте параметры оценки публикаций

Тема 5 Метки, служащие анализу СМИ

Вопросы

- 1 Охарактеризуйте метрики, используемые в анализе СМИ
- 2 Каковы возможности применения в медиаанализе Media Presence
- 3 Каковы возможности применения в медиаанализе параметров Geographical coverage, Media Outreach
- 4 Каковы возможности применения в медиаанализе параметров Индекса благосклонности медиа, Key Messages

Тема 6

Вопросы

1. **1** Каково значение интегральных метрик в медиаанализе
2. Определите Исследовательские задачи применения интегральных метрик
3. Дайте характеристику и возможности применения в медиаанализе интегральных метрик.
4. Дайте характеристику PR Value как интегральной метрики
5. Дайте характеристику Perfectness Rate, Media Quality как интегральных метрик

Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, Social Media

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса

Тема 1

- 1 Определение медиаисследования.
- 2 Понятие информационного поля компании.
- 3 Понятие оценки эффективности медиарилейшнз.
- 4 Различные определения медиапланирования.
- 5 Цели и задачи медиаанализа.

6 Медиабаинг и медиаселлинг.

Тема 2

- 1 Основные характеристики масс-медиа.
- 2 Основные принципы и стандарты медиаизмерений.
- 3 Методы сбора информации.
- 4 Медиаканалы и медианосители.
- 5 Основные средства распространения информации, их характеристики.
- 6 Классификация средств рекламы.

Тема 3

- 1 Задачи исследования аудитории СМИ.
- 2 Методы исследования аудитории СМИ.
- 3 Развитие исследований аудитории СМИ в России.
- 4 Использование результатов анализа в медиапланировании.

Тема 4.

- 1 Метод контент-анализа: процедура проведения.
- 2 Приемы построения матриц контент-анализа.
- 3 Параметры анализа текстов СМИ в PR и рекламной деятельности.

Тема 5

- 1 Основные способы и формулы расчета медиапараметров.
Количественные показатели медиаанализа.
- 2 Понятие рейтинга и доли.
- 3 Определение охвата (Reach).
- 4 Определение частоты (Frequency).
- 5 Вычисления охвата и частоты для различных средств распространения информации.
- 6 Задачи оптимизации в медиапланировании.

Тема 6

- 1 Понятие CRR и CPM.
- 2 Эквивалент стоимости PR и его аналоги.
- 3 Показатель качества медиополя Media quality (MQ).

Тема 7

- 1 Типы индексов цитирования.
- 2 Показатели вовлеченности.

Темы докладов

- 1 Понятие медиапланирования (определение, цели). Медиапланирование как часть рекламной кампании.
- 2 Этапы медиапланирования.
- 3 Анализ исходных данных для медиапланирования (товар, целевая аудитория, рынок).
- 4 Изучение товара, его основные характеристики.
- 5 Исследования целевой аудитории. «Таргетирование» целевой аудитории.
- 6 Способы определения и описания целевой аудитории. Основные социально-демографические параметры сегментирования целевой аудитории.
- 7 Исследование рынка продвижения.
- 8 Исследование конкурентов в медиааналитике.
- 9 Понятие медиаизмерения. Методы измерения аудитории различных СМИ.
- 10 Традиционные средства распространения рекламы.
- 11 Основные характеристики TV как рекламоносителя.
- 12 Основные характеристики радио как медиаканала и рекламоносителя.
- 13 Основные характеристики прессы как медиаканала и рекламоносителя.
- 14 Основные характеристики интернета как медиаканала и рекламоносителя.

- 15 Понятие рейтинга носителя рекламного сообщения. Понятие суммарного рейтинга (GRP).
- 16 Показатели Share (доля) и HUT.
- 17 Показатель «аффинити» (affinity index): характеристика предварительного выбора медиа.
- 18 Стоимостные показатели медиапланирования (CPT, CPP).
- 19 Параметр «охват» (Reach): определение, значение, связь с частотой и GRP.
- 20 Параметр «частота» (определение). Связь частоты и охвата.
- 21 Понятие «эффективная частота». Модель эффективной частоты Джозефа Острова.
- 22 Понятие медиастратегии. Основные медиастратегии (общий обзор).
- 23 Стратегия рекламирования новых товаров: графики распространения рекламы.
- 24 Стратегии рекламирования устоявшихся на рынке товаров: графики распространения рекламы.
- 25 Концепция пропорциональных вложений.
- 26 Теория Resency («планирование последнего контакта»).
- 27 Определение места размещения рекламы.
- 28 Определение частоты размещения рекламы.
- 29 Понятие «рекламного шара». Компромиссы между частотой, охватом и количеством рекламных циклов.
- 30 Принцип формирования цен на рекламу в различных СМИ.
- 31 Понятие и структура медиаплана.

Примерный перечень тестовых заданий

Тестовые задания по дисциплине представлены на платформе сервиса google forms и доступны по ссылке <https://forms.gle/xkHCR2sCXbkb4Fzw7>

6 семестр

Тема 1

исключите неправильный ответ

<p>1. Какие типы вопросов используются в анкете:</p> <ol style="list-style-type: none">1. закрытые вопросы.2. открытые вопросы.3. полузакрытые вопросы.4. вопросы - фильтры5. риторические вопросы	<p>2. К основным типам шкал относятся:</p> <ol style="list-style-type: none">1. номинальная шкала2. порядковая шкала.3. точная шкала4. интервальная шкала
<p>3. Основными понятиями теории выборки являются:</p> <ol style="list-style-type: none">1. генеральная совокупность2. выборочная совокупность3. условная совокупность4. репрезентативность выборки5. ошибка выборки	<p>4. Основными типами выборки являются:</p> <ol style="list-style-type: none">1. панельная выборка2.случайная выборка3. целевая выборка
<p>Теперь выберите правильный ответ</p>	
<p>5. Репрезентативность выборки – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. возможность обобщать результаты исследования на всю генеральную совокупность2. Возможность создать правильную анкету3. Возможность использовать данные других исследований4. Возможность узнать мнение	<p>6. Варианты ответа «да\нет» являются примером:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Номинальной шкалы2. Интервальной шкалы3. Порядковой шкалы4. Метрической шкалы

респондентов	
<p>7. Какой объем выборки необходим для достижения ошибки выборки не более 5%, если генеральная совокупность > 5000:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 100 человек 2. 200 человек 3. 400 человека 4. 800 человек 5. 1000 человек 	<p>8. При сравнении подвыборок в 100 человек какая разность в процентах будет статистически значимой:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 8%. 2. 10% 3. 14%. 4. 20%
<p>9. Наибольшими вычислительными возможностями обладает:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Номинальная шкала 2. Интервальная шкала 3. Порядковая шкала 4. Метрическая шкала 	<p>10. Сформулировав вопрос «Сколько вам лет? Назовите точное число» мы сможем построить:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Номинальную шкалу 2. Интервальную шкалу 3. Порядковую шкалу 4. Метрическую шкалу

ТЕСТ 2

исключите неправильный ответ

<p>1. Если в ходе исследования осуществляется проверка гипотез, которые формулируются в программе до начала сбора данных, то это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. количественное исследование2. качественное исследование	<p>2. К качественным методам проведения исследования относятся:</p> <ol style="list-style-type: none">1. репрезентативный телефонный опрос2. включенное наблюдение3. глубинное интервью4. фокус-группы
<p>3. Основными задачами модератора при проведении фокус групп являются:</p> <ol style="list-style-type: none">1. строгое следование плану проведения ФГ2. регулирование дискуссии3. фокусирование обсуждения на проблеме исследования	<p>4. К конструктивным ролям участников фокус-группы относят:</p> <ol style="list-style-type: none">1. лидеров мнений2. застенчивых3. уточнителей4. союзников модератора
<p>5. При проведении исследования методом включенного наблюдения выделяются следующие стадии наблюдения:</p> <ol style="list-style-type: none">1. описательное наблюдение2. фокусированное наблюдение3. детальное наблюдение4. избирательное наблюдение	<p>6. При формировании состава фокус-групп надо стремиться:</p> <ol style="list-style-type: none">1. к разнородности группы - чтобы в группе были люди разного возраста, образования, пола, социального положения2. к однородности группы - чтобы в группе были люди примерно одного

	возраста, социального положения, образования.
Теперь выберите правильный ответ	
<p>7. Какое число проводимых фокус-групп является минимально необходимым в рамках одного исследования:</p> <p>1. одна 2. две 3. три 4. четыре</p>	<p>8. Если исследователь выходит в поле «вооруженный» концепциями, гипотезами и измерительными инструментами, с намерением «навести порядок» в разрозненной массе информации об объектах и событиях исследования, то он использует:</p> <p>1. количественные методы 2. качественные методы.</p>
<p>9. Структурной единицей неформализованного интервью является:</p> <p>1. вопрос 2. блок вопросов 3. тема</p>	<p>10. Если отчет по результатам исследования представлен в виде статистических распределений, шкальных показателей, результатов измерения взаимосвязей, то это:</p> <p>1. качественное исследование 2. количественное исследование</p>

9.6.2 Контрольные вопросы промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет в 3 семестре

1) Менеджмент авиатранспортного производства. Основные понятия и определения.

- 2) Цели и задачи ресурсобеспечения.
- 3) Понятие о ресурсах и необходимости обеспечения ими авиапредприятия.
- 4) Взаимосвязь ресурсов с затратами авиапредприятия.
- 5) Ресурсобеспечение как процесс и как средство.
- 6) Ресурсобеспеченность авиапредприятия.
- 7) Цели и задачи ресурсопотребления.
- 8) Эффективное использование ресурсов (ресурсоэффективность).
- 9) Неопределенность и риски в ресурсобеспечении.
- 10) Производственные ресурсы.
- 11) Используемые и выходные ресурсы.
- 12) Понятие и сущность авиатранспортного предприятия.
- 13) Классификация авиакомпаний.
- 14) Признаки сложной (большой) организационно-технической системы (БОТС)
- 15) Методологический подход к решению проблемы синтеза комплексной модели авиатранспортного предприятия.
- 16) Виды моделирования.
- 17) Структурно-функциональная модель авиакомпании.
- 18) Имитационная модель функционирования авиакомпании.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет в 4 семестре

- 1) Термины и определения (авиационное предприятие, авиационный персонал, внутренняя воздушная перевозка, воздушное судно, коммерческая воздушная перевозка, международная воздушная перевозка, перевозчик, эксплуатант).
- 2) Термины и определения (аэропорт, главный оператор, международный аэропорт, объекты инфраструктуры аэропорта, оператор, потребители, техническая возможность аэропорта).
- 3) Термины и определения (аэродром, взлетно-посадочная полоса, летная полоса, летное поле, место стоянки, перрон, район аэродрома, рулежная дорожка).
- 4) Нормативная база по авиаперевозкам.
- 5) Нормативная база по аэропортам.
- 6) Нормативная база по аэродромам.
- 7) Цели и виды деятельности перевозчика (авиакомпаний).

- 8) Классификация перевозчиков (авиакомпаний).
- 9) Структурные подразделения перевозчика (авиакомпаний).
- 10) Перевозочные документы.
- 11) Полетная документация.
- 12) Представительство перевозчика (авиакомпаний). Функции и задачи.
- 13) Филиал перевозчика (авиакомпаний). Функции и задачи.
- 14) Способы повышения конкурентоспособности перевозчика (авиакомпаний).
- 15) Основные формы интеграции перевозчиков (авиакомпаний).
- 16) Основные факторы, обеспечивающие эффективность деятельности перевозчиков в рамках альянсов.
- 17) Задачи и функции службы бортпроводников.
- 18) Технологическая схема работы бортпроводников в рейсе.
- 19) Основные требования ОСТ 54-3-62-93. Компоновка пассажирской кабины гражданских воздушных судов. Пассажирское, бытовое и вспомогательное оборудование. Общие технические требования.
- 20) Основные требования ОСТ 54-3-63-93. Обеспечение среды пребывания пассажиров на борту гражданских воздушных судов. Общие технические требования.
- 21) Основные требования ОСТ 54-3-283.64-94. Нормы выдачи мягкого инвентаря и средств обслуживания пассажиров в полете. Основные требования.
- 22) Основные требования ОСТ 54-3-61-93. Рационы питания, выдаваемые пассажирам в полете. Основные требования.
- 23) Основные требования ОСТ 54-1-283.01-94. Услуги для пассажиров на борту воздушных судов внутренних воздушных линий Российской Федерации. Основные требования.
- 24) Продолжительность операций по обслуживанию пассажиров на борту воздушного судна.
- 25) Классификация аэропортов.
- 26) Целевое назначение и задачи аэропортового предприятия.

- 27) Структурные подразделения аэропортового предприятия.
- 28) Основные технологические процессы в аэропорту и их содержание.
- 29) Структура и содержание Стандартного соглашения ИАТА о наземном обслуживании.
- 30) Основные функции главного оператора и операторов аэропортов по видам аэропортовой деятельности.
- 31) Сборы и тарифы за обслуживание воздушных судов в аэропортах РФ.
- 32) Основные элементы аэропорта и их назначение.
- 33) Требования к генеральному планированию аэропорта.
- 34) Рекомендуемая практика ИКАО по подготовке генерального плана развития аэропорта.
- 35) Назначение служебно-технической территории. Принципы зонирования служебно-технической территории.
- 36) Здания и сооружения служебно-технической территории.
- 37) Схема генерального плана служебно-технической территории.
- 38) Виды аэропортовой деятельности и их определение.
- 39) Наземная авиационная техника. Основные требования.
- 40) Услуги, предоставляемые пассажирам в аэропорту.
- 41) Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов.
- 42) Классификация аэродромов.
- 43) Основные элементы аэродрома и их назначение.
- 44) Расположение элементов аэродрома на генеральном плане аэропорта.
- 45) Площадки специального назначения и требования к ним.
- 46) Маркировочные знаки искусственных покрытий элементов аэродромов.
- 47) Маркировочные знаки грунтовых аэродромов.
- 48) Маркировка и светоограждение высотных препятствий.
- 49) Перечень оборудования аэродромов и воздушных трасс.
- 50) Задачи и функции аэродромной службы.
- 51) Структура аэродромной службы.

- 52) Взаимодействие аэродромной службы с другими службами при обеспечении полетов воздушных судов.
- 53) База аэродромной службы.
- 54) Комплекс мероприятий и работ, направленных на подготовку летного поля аэродрома к эксплуатации в зимний период.
- 55) Способы и средства очистки элементов летного поля аэродрома в зимний период.
- 56) Средства механизации, предназначенные для очистки элементов летного поля аэродрома в зимний период.
- 57) Очередность и состав работ в зимний период по подготовке летного поля аэродрома к эксплуатации.
- 58) Комплекс мероприятий и работ, направленных на подготовку летного поля аэродрома к эксплуатации в летний период.
- 59) Средства механизации, предназначенные для очистки элементов летного поля аэродрома в летний период.
- Очередность и состав работ в летний период по подготовке летного поля аэродрома к эксплуатации.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен в 5 семестре

1. Бизнес-процесс. Определение, особенности и роль в управлении организации.
2. Ресурсы процесса.
3. Владелец процесса.
4. Границы процесса.
5. Деятельность по управлению процессом.
6. Поставщик (внешний, внутренний) процесса
7. Потребитель (внешний, внутренний, конечный) процесса
8. Вход / выход процесса.
9. Декомпозиция процесса (подпроцесс, операция, процедура, экземпляр)
10. Показатели бизнес-процесса.
11. Основные виды бизнес-процессов.

12. Отличие бизнес-процессного управления от других подходов к управлению.
13. Методология анализа и проектирования систем SADT. Базовые характеристики и особенности.
14. Методология анализа и проектирования систем SADT. Основные применяемые модели нотации.
15. Нотация IDEF0. Основные элементы нотации. Правила при оформлении элемента «Функциональный блок».
16. Нотация IDEF0. Типы связей нотации.
17. Нотация IDEF0. Стрелки (интерфейсная дуга), туннелирование.
18. Нотация IDEF3. Основные элементы нотации.
19. Нотация IDEF3. Правила при применении элемента «Логический оператор»
20. Интегрированное средство проектирования бизнес-процессов ARIS.
21. Методология ARIS. Основные модели.
22. Методология ARIS. Основные модули.
23. Методология ARIS. Организационная модель.
24. Методология ARIS. Диаграмма цепочки добавленной стоимости (VAD)
25. Методология ARIS. Событийная цепочка процесса (eEPC)
26. Управление бизнес-процессами (Business Process Management, BPM)
27. Нотация и модель бизнес-процессов Business Process Model and Notation (BPMN)
28. Нотация BPMN 2.0 Основные категории элементов.
29. Нотация BPMN 2.0 Зоны ответственности
30. Нотация BPMN 2.0 Соединительные элементы
31. Нотация BPMN 2.0 Артефакты
32. Нотация BPMN 2.0 Данные
33. Нотация BPMN 2.0 Элементы потока управления (События)
34. Нотация BPMN 2.0 Элементы потока управления (Виды действий)
35. Нотация BPMN 2.0 Элементы потока управления (Шлюзы)

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет с оценкой в 7 семестре

1. Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании.
2. Оценка качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля.
3. Сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами.
4. Оценка медийной активности представителей компании.
5. Оценка эффективности разовых PR-мероприятий.
6. Оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе (по ключевым показателям эффективности)
7. Отчетность перед руководством / рапорт о проделанной работе в красивом презентабельном виде
8. Оценка репутации и имиджа компании или бренда по данным СМИ и социальных медиа
9. Оценка эффективности рекламных кампаний.
10. Анализ имиджевых рисков и прогнозирование вероятности их появления.
11. Анализ потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа).
12. Определение ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также основных экспертов и спикеров.
13. Исследование тематического сегмента медиаполя, определение медиаугроз, возможностей позиционирования, общих тенденций и перспектив в медиаполе, слабых мест коммуникационной стратегии с целью ее последующей корректировки и т.д.
14. Формирование рекомендаций по развитию и популяризации бренда.

15. Формирование стратегии продвижения компании в социальных медиа (SocialMediaMarketing).
16. Контроль качества продукции и услуг, предоставляемых компанией, на основе мониторинга активности пользователей в социальных медиа и СМИ.
17. Оптимизация работы служб технической поддержки на основе сбора и анализа рекламаций пользователей социальных медиа.
18. Анализ PR-активности конкурентов перед выводом на рынок нового товара или услуги, выхода компании на новый для себя рынок и т.д.
19. Широкий спектр поисковых методик, применяемых в медиаанализе, а также развитая теоретическая база позволяет успешно выполнять ряд задач по направлениям корпоративной и HR-разведки:
20. Анализ производственной и маркетинговой деятельности компании-конкурента, ее инвестиционной политики и стратегии развития.
21. Анализ оценки компании ее сотрудниками на основе исследования их активности в социальных медиа.
22. Анализ активности потенциальных сотрудников компании в СМИ и социальных медиа.
23. Установление источников утечки информации и информационных атак, формирование рекомендаций для их дискредитации.
24. Постановка целей и проведение измерений как основополагающие элементы коммуникаций и PR.
25. Медиаизмерения и оценка PR-кампаний.
26. Бриф, определение целей и задач исследования.
27. Разработка методики исследования как этап медиааналитического исследования
28. Сбор данных как этап медиааналитического исследования.
29. Кодировка данных как этап медиааналитического исследования.
30. Статистический анализ и интерпретация данных как этап медиааналитического исследования.
31. Презентация результатов исследования.

Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

7 Семестр

Задание 1. Разработайте систему KPI для рабочего instagram-аккаунта авиакомпании.

Задание 2. Разработайте систему KPI для аккаунтов в социальных сетях аэропорта.

Задание 3. Определите наиболее интенсивную рекламную кампанию с точки зрения охвата и частотности воздействия:

- 1) двенадцать объявлений последовательно непрерывно в одном журнале;
- 2) по шесть объявлений параллельно непрерывно в двух журналах;
- 3) по четыре объявления параллельно непрерывно в трех журналах;
- 4) по шесть объявлений в шахматном порядке в двух журналах.

Задание 4. Одним из лучших диджитал-проектов последнего времени стал проект, организованный Сбербанком совместно с компаниями «Аэрофлот» и «Visa». В ролике проекта, размещенном на официальной странице «Сбербанка» и во всех крупных социальных сетях, россиянам было предложено по инициалам имени, фамилии и отчеству узнать, в каких городах и странах расположены их аэропорты-тёзки.

Пользователи социальных сетей массово бросились вводить свои инициалы на специальном сайте, многие из них затем сообщали, что вариаций много. Кампания приобрела вирусный характер: пользователи делились названиями стран и городов, где расположены их аэропорты, со своими подписчиками и отправляли ссылку на акцию своим друзьям.

Согласно условиям акции, участие в ней могли принять держатели дебетовых и кредитных карт Сбербанка Visa Signature «Аэрофлот» Главный приз - 200 000 миль программы «Аэрофлот Бонус» и сертификат на 60 000 руб. получили трое победителей из разных городов.

1. Перечислите и охарактеризуйте рекламные и PR-технологии, использованные в проекте.
2. Охарактеризуйте целевую аудиторию кампании.
3. Перечислите КPI для этого и подобных проектов.

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 рубрикацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную

информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к 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)

- подготовку к тестированию (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 № 1.

Разработчик:

к.ф.н., доцент

Майор М.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.