



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ
ИМЕНИ ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникационное обеспечение авиабизнеса

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Квалификация выпуска
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Санкт-Петербург
2023

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является получение обучающимися знаний и навыков, необходимых для создания единого коммуникационного пространства организации в сфере авиабизнеса, а также эффективного взаимодействия с ее основными целевыми аудиториями.

Задачами освоения дисциплины являются: формирование способности создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты и коммуникационные продукты, способности участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, способности использовать в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии, умения учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» входит в Обязательную часть Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: теория и практика связей с общественностью, основы теории коммуникации, организация и проведение коммуникационных кампаний.

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является обеспечивающей для следующей дисциплины: проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» читается в 7 семестре.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ИД ¹ _{ОПК-1}	Выявляет отличительные особенности медиа текстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
ИД ¹ _{ОПК-2}	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
ИД ¹ _{ОПК-6}	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.
ИД ¹ _{ПК-2}	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ИД ¹ _{ПК-3}	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- типологию, цели, функции, специфику рекламных и PR-текстов;
- специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции;
- содержание профессиональных функций и особенности их применения, стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий;
- особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры;

- технологии медиа рилейшнз и медиапланирования, основные технологии копирайтинга, стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий;
- особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании;
- инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности;
- тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Уметь:

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

Владеть:

- навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- технологиями медиа рилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн и оффлайн среде;
- навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов,

- сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании;
- инструментами трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

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

Наименование	Всего часов	Семестры
		7 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
контактная работа, всего	58,5	58,5
лекции	28	28
практические занятия	28	28
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	52	52
Промежуточная аттестация	36	36
Контактная работа	33,5	33,5
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	2,5	2,5

5. Содержание дисциплины

5.1. Соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенции

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции					Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-6	ПК-2	ПК-3		
Тема 1. Особенности развития сферы авиабизнеса	8		+				ВК, Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 2. Коммуникационное пространство организации	8		+	+		+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 3. Коммуникационная деятельность авиационного терминала	14	+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 4. Имидж аэропорта как коммуникационная стратегия	10	+	+	+	+		Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 5. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации в сфере авиабизнеса	10	+	+		+		Л, ПЗ, СРС	УО, Д,
Тема 6. Коммуникационные стратегии развития неавиационных услуг аэропорта	12	+	+		+		Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема. 7. Пресс-служба организации в сфере авиабизнеса	14		+	+		+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 8. Коммуникационная стратегия авиакомпании	16	+	+	+		+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Тема 9. Коммуникационное поведение личности в аэропорту	8						Л, ПЗ, СРС	УО, Д

Тема 10. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса	8			+		+	Л, ПЗ, СРС	УО, Д
Итого за семестр	108							
Промежуточная аттестация	36							
Итого по дисциплине	144							

Сокращения: ВК - входной контроль, Л - лекция, ПЗ - практическое занятие, СРС - самостоятельная работа студента, УО - устный опрос, Д- доклад.

5.2. Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Особенности развития сферы авиабизнеса	2	2		4		8
Тема 2. Коммуникационное пространство организации	2	2		4		8
Тема 3 Коммуникационная деятельность авиационного терминала	4	4		6		14
Тема 4. Имидж аэропорта как коммуникационная стратегия	2	2		6		10
Тема 5. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации в сфере авиабизнеса	2	2		6		10
Тема. 6. Коммуникационные стратегии развития неавиационных услуг аэропорта	4	4		4		12

Тема 7. Пресс-служба организации в сфере авиабизнеса	4	4		6		14
Тема 8. Коммуникационная стратегия авиакомпании	4	4		8		16
Тема 9. Коммуникационное поведение личности в аэропорту	2	2		4		8
Тема 10. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса	2	2		4		8
Итого за семестр	28	28		52		108
Промежуточная аттестация						36
Итого по дисциплине						144

5.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности развития сферы авиабизнеса

Тенденции развития рынка авиатранспортных услуг. Основные субъекты сферы авиабизнеса и их взаимодействие. Определение терминов: авиабизнес, авиаотрасль, система воздушного транспорта.

Тема 2. Коммуникационное пространство организации

Определение понятий: организация, коммуникация. Организация как система. Характеристики (свойства) коммуникационного пространства организации. Классификация организационных коммуникаций.

Тема 3 Коммуникационная деятельность авиационного терминала

Аэропорт как субъект коммуникационного пространства. Специфика услуг авиационного терминала. Виды услуг аэропорта: аэропортовые, неаэропортовые, услуги по неавиационной деятельности.

Служба по связям с общественностью и рекламе аэропорта. Взаимодействие аэропорта с внешними и внутренними целевыми аудиториями. Коммуникационная политика аэропорта. Официальный сайт аэропорта.

Тема 4. Имидж аэропорта как коммуникационная стратегия

Определение понятий: образ, имидж, бренд. Элементы имиджа аэропорта.

Архитектура аэропортового терминала как инструмент коммуникационного обеспечения. Успешный бренд (имидж) аэропорта: отечественный и зарубежный опыт.

Тема 5. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации в сфере авиабизнеса

Специальные мероприятия как PR-инструмент. Задачи и функции специальных мероприятий. Виды специальных мероприятий (специальных событий). Презентационные мероприятия, интервью, праздники, выставки, мастер-классы, конференции.

Тема 6. Коммуникационные стратегии развития неавиационных услуг аэропорта

Определение понятия «неавиационные услуги» аэропорта. Проблемы развития неавиационной деятельности аэропорта. Эффективные коммуникационные стратегии развития неавиационной деятельности аэропорта: отечественный и зарубежный опыт.

Тема 7. Пресс-служба организации в сфере авиабизнеса

История формирования пресс-служб. Классификация современных пресс-служб. Пресс-службы аэропорта: задачи, функции, структура. Место пресс-секретаря в структуре организации. Информационно-аналитическая работа пресс-службы. Пресс-службы авиакомпании: задачи, функции, структура. Проведение пресс-конференции, брифинга.

Тема 8. Коммуникационная стратегия авиакомпании

Целевые аудитории авиакомпании. Понятие «коммуникационная стратегия». Стратегии формирования позитивного имиджа авиакомпании. Фирменный стиль авиакомпании. Ливреи самолета как инструмент коммуникационной стратегии. Сайт авиакомпании. Примеры успешных коммуникационных стратегий авиакомпаний: отечественный и зарубежный опыт.

Тема 9. Коммуникационное поведение личности в аэропорту

Вербальная и невербальная коммуникация личности. Социально-психологический профиль пассажира. Социологические методы изучения коммуникационного поведения человека в пространстве аэропорта.

Тема 10. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса

Актуальность использования цифровых решений для управления коммуникациями аэропорта. Система «умный аэропорт». Преимущества и недостатки цифровизации коммуникации для личности и организации.

5.4. Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоёмкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Особенности развития сферы авиабизнеса Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу.	2
2	Практическое занятие № 2. Коммуникационное пространство организации Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу.	2
3	Практическое занятие № 3. Коммуникационная деятельность авиационного терминала Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу.	4
4	Практическое занятие № 4. Имидж аэропорта как коммуникационная стратегия Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
5	Практическое занятие № 5. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации в сфере авиабизнеса Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка доклада по выбранной теме.	2
6	Практическое занятие № 6. Коммуникационные стратегии развития неавиационных услуг аэропорта Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка доклада по выбранной теме.	4

7	Практическое занятие № 7. Пресс-служба организации в сфере авиабизнеса Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	4
8	Практическое занятие № 8. Коммуникационная стратегия авиакомпании Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу. Подготовка доклада по выбранной теме.	4
9	Практическое занятие № 9. Коммуникационное поведение личности в аэропорту Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу.	2
10	Практическое занятие № 10. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса Изучение теоретического материала [1-11]. Подготовка к устному опросу.	2
Итого за семестр		28
Итого по дисциплине		28

5.5. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6. Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)

1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	4
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	4
3	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	6
4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	6
5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	6
6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	4

7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	6
8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	8
9	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	4
10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1-11] 2. Составление развёрнутого плана конспекта по основным вопросам практического занятия 3. Подготовка к устному опросу и докладу 	4
Итого за семестр	52	
Итого по дисциплине	52	

5.7. Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. *Герامي, В. Д.* Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики: учебник и практикум для вузов / В. Д. Герами, А. В. Колик. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 533 с. ISBN 978-5-534-12806-2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511214> (дата обращения: 6.04.2023).
2. *Голубкова, Е. Н.* Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 363 с. ISBN 978-5-534-04357-0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/511008> (дата обращения: 6.04.2023).
3. *Коноваленко, М. Ю.* Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 466 с. ISBN 978-5-534-11058-6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/510845> (дата обращения: 6.04.2023).
4. *Солодкий, А. И.* Транспортная инфраструктура: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Солодкий, А. Э. Горев, Э. Д. Бондарева. 2-е изд. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 326 с. ISBN 978-5-534-15919-6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/510271> (дата обращения: 6.04.2023).
5. *Тульчинский, Г. Л.* Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева: Издательство Юрайт, 2023. 255 с. ISBN 978-5-534-05503-0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/510076> (дата обращения: 6.04.2023).
6. *Хуссейн, И. Д.* Цифровые маркетинговые коммуникации: учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. 68 с. ISBN 978-5-534-15010-0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/520372> (дата обращения: 6.04.2023).

б) дополнительная литература

7. *Баскаков И.А., Скиба Л.П.* Фирменный стиль авиакомпаний, присутствующих в г. Красноярске // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2013. №9. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyyu-stil-aviakompaniy-prisutstvuyuschih-v-g-krasnoyarske> (дата обращения: 09.04.2023).
8. *Болотова, А. К.* Социальные коммуникации. Психология общения: учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 272 с. ISBN 978-5-534-08188-6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/510913> (дата обращения: 6.04.2023).
9. *Зубарева В.С.* Цифровая трансформация аэропортов. «Умный аэропорт» // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №11-2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-aeroportov-umnyu-aeroport> (дата обращения: 25.03.2023).

10. *Собольников, В. В.* Невербальные средства коммуникации : учебное пособие для вузов / В. В. Собольников. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 164 с. 978-5-534-05922-9. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/515610> (дата обращения: 6.04.2023).

11. *Потапов, Ю. А.* Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. Москва: Издательство Юрайт, 2023. 294 с. ISBN 978-5-534-12233-6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://urait.ru/bcode/516818> (дата обращения: 6.04.2023).

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

12. Журнал «Аэропорт-Партнёр» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.airport.org.ru/06.html>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

13. Журнал «Аэропорты. Прогрессивные технологии» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://magazin.aero>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

14. Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 6.04.2023).

15. Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 6.04.2023).

16. Федеральное агентство воздушного транспорта. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.favt.ru>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

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

17. Образовательная платформа «Юрайт». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://urait.ru>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

18. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

19. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://e.lanbook.com>, свободный (дата обращения: 06.04.2023).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого 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)
Коммуникационное обеспечение авиабизнеса	Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Комплект учебной мебели (24 места) Мультимедийный проектор AcerX1261P НоутбукПКAsus, ЭкранLumienMasterpicture 180*180 Доступ в сеть Интернет	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

8. Образовательные и информационные технологии

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

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

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив теории межличностной коммуникации в

современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

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

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

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведённых учебным планом на практическое занятие.

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

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

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

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

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

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

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

К моменту сдачи экзамена, студентом должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1. Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов. Вид промежуточной аттестации – экзамен (7-й 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.	1	3		
Практическое занятие 1	2	3		УО, Д
Тема 2.	2	4		
Практическое занятие 2	2	3		УО, Д
Тема 3.	2	4		
Практическое занятие 3	3	4		УО, Д
Тема 4.	3	4		
Практическое занятие 4	2	3		УО, Д
Тема 5.	2	4		
Практическое занятие 5	3	4		УО, Д
Тема 6.	2	3		
Практическое занятие 6	2	3		УО, Д
Тема 7.	2	3		
Практическое занятие 7	3	4		УО, Д
Тема 8.	2	4		
Практическое занятие 8	3	4		УО, Д
Тема 9.	2	3		
Практическое занятие 9.	3	4		УО, Д
Тема 10.	2	3		
Практическое занятие 9.	2	3		УО, Д
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Тема/вид учебных занятий	Количество баллов		Срок контроля	Примечани

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

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

Устный опрос оценивается следующим образом:

- «зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;
- «не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов;
- «зачтено»: обучающийся самостоятельно правильно решает задачу.

Доклад оценивается следующим образом:

- «зачтено»: грамотное и непротиворечивое изложение сути вопроса при использовании современных источников. Обучающийся способен сделать

обоснованные выводы, а также уверенно отвечать на заданные в ходе обсуждения вопросы;

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

Письменная аудиторная работа:

- «зачтено»: работа зачитывается в том случае, если задание выполнено полностью, в соответствии с поставленными требованиями и сделаны необходимые выводы;
- «не зачтено»: работа не зачитывается в том случае, если обучающийся не выполнил задания, или результат выполнения задания не соответствует поставленным требованиям, а в заданиях и (или) ответах имеются существенные ошибки.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в СПбГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров,

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

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

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- оценка ответов на доклады.

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

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

Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации

«Отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания по рассматриваемой компетенции и

умение уверенно применять их на практике при решении задач, свободное и правильное обоснование принятых решений. Отвечая на вопрос, может быстро и безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами.

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

«Удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы в рамках заданной компетенции, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации. Отвечает только на конкретный вопрос, соединяет знания из разных разделов курса только при наводящих вопросах преподавателя.

«Неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины в рамках компетенций, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач. Не раскрыты глубина и полнота при ответах.

9.3. Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

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

1. Специальные мероприятия: понятие, виды, этапы организации
2. Определение понятий: образ, имидж, бренд, репутация
3. Определение понятия «интегрированные маркетинговые коммуникации»
4. Основные методы социологических исследований
5. Определение понятий: целевая аудитория, общественное мнение, лидеры мнений
6. Определение понятия «коммуникационная кампания»

7. Этапы проведения коммуникационной кампании
8. Методы оценки эффективности коммуникационной кампании
9. Внутренняя и внешняя среда организации
10. Направления PR-деятельности организации
11. Коммуникативные и экономические цели рекламы
12. Специальные мероприятия как PR - технология
13. Реклама товаров как инструмент продвижения
14. Имиджевая реклама, ее цели, задачи, отличия от товарной рекламы
15. Интеграция рекламы с другими инструментами маркетинга
16. Профессиональные выставки
17. Процесс массовой коммуникации и СМИ
18. Презентация: понятие, виды, этапы организации
19. Коммуникация и информация
20. Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации
21. Массовая информация, средства массовой информации
22. Коммуникация и общение
23. Дифференциация понятий: коммуникационный и коммуникативный

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

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

	текста и типа целевой аудитории.	от цели написания текста и типа целевой аудитории.
	Владеть: стилями письменной речи; способами выражения эмоционального отношения в письменной речи	Владеет стилями письменной речи; способами выражения эмоционального отношения в письменной речи
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории	1.Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. 2.Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.	Умеет критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.
	Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.	Владеет навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	Знать: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения	Знает: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения
	Уметь: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции	Умеет решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции.
	Владеть: навыками подготовки	Владеет навыками

	рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры	подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры.
ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: закономерности и этапы исторического процесса, основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей России; основные события и процессы отечественной истории в контексте мировой истории.	1.Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний, специальных мероприятий, технологии копирайтинга, медиарилейшнз и медиапланирования, в продвижении и оптимизации деятельности авиакомпаний и отраслевых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах российских авиакомпаний и отраслевых организаций. 2.Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для российских авиакомпаний и отраслевых организаций.
	Уметь: критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.	Умеет критически воспринимать, анализировать и оценивать историческую информацию, факторы и механизмы исторических изменений.
	Владеть: навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.	Владеет навыками анализа причинно-следственных связей в развитии российского государства и общества; места человека в историческом процессе и политической.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом	Знать: особенности создания информационных поводов для кампаний и проектов, основы создания сценариев специальных событий и	1.Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и

специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.	отечественного опыта 2. Создает информационные поводы, сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, инструменты трансляции миссии и философии организации целевым аудиториям с учетом мирового и отечественного опыта
	Уметь: учитывать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании с информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.	Умеет: учитывает специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании с информационных поводов для кампаний и проектов, создании сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании, умеет использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности, формировать тексты рекламы и связей с общественностью.
	Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий.	Владеет: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, информационных поводов для кампаний и проектов, сценариев специальных событий и мероприятий.

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

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

Примерный перечень вопросов для проведения устного опроса:

1. Тенденции развития сферы авиабизнеса
2. Коммуникационное пространство организации
3. Коммуникационная деятельность авиационного терминала
4. Имидж аэропорта как коммуникационная стратегия
5. Специальные мероприятия как инструмент эффективной коммуникации в сфере авиабизнеса
6. Коммуникационные стратегии развития неавиационных услуг аэропорт
7. Пресс-служба организации в сфере авиабизнеса
8. Коммуникационная стратегия авиакомпаний
9. Коммуникационное поведение личности в аэропорту
10. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса
11. Социологические методы изучения основных целевых аудиторий сферы авиабизнеса

Темы докладов

1. Коммуникационная стратегия авиационного терминала (на примере конкретного аэропорта РФ)
2. Коммуникационная политика авиакомпании (на примере конкретной авиакомпании)
3. Интегрированные коммуникации на рынке аэропортовых услуг (на примере конкретного аэропорта РФ)
4. Управление внутрикорпоративными коммуникациями аэропортового комплекса (на примере конкретного аэропорта РФ)
5. Имидж аэропорта как инструмент коммуникационного обеспечения (на примере конкретного аэропорта РФ)
6. Рекламные и PR-технологии развития имиджа аэропорта или авиакомпании (на примере конкретного аэропорта РФ)
7. Использование PR-инструментов для создания и продвижения деловой репутации организации в сфере авиабизнеса (на примере конкретной организации)
8. Особенности реализации комплекса PR-мероприятий аэропорта или авиакомпании (на примере)
9. Методы изучения основных целевых аудиторий в сфере авиабизнеса
10. Фирменный стиль и айдентика авиакомпании (на примере конкретной авиакомпании)
11. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения в сфере авиабизнеса

Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен

1. Организация как система. Внутренняя и внешняя среда организации
2. Пресс-служба как организатор эффективных коммуникаций
3. Формы и методы работы современной пресс-службы
4. Тенденции развития рынка сферы авиабизнеса
5. Основные субъекты сферы авиабизнеса и их взаимодействие
6. Определение понятий: организация, коммуникация
7. Характеристики (свойства) коммуникационного пространства организации
8. Классификация организационных коммуникаций
9. Аэропорт как субъект коммуникационного пространства
10. Специфика услуг авиационного терминала
11. Виды услуг аэропорта: аэропортовые, неаэропортовые, услуги по неавиационной деятельности
12. Служба по связям с общественностью и рекламе аэропорта
13. Коммуникационная политика аэропорта: взаимодействие аэропорта с внешними и внутренними целевыми аудиториями
14. Официальный сайт аэропорта
15. Определение понятий: образ, имидж, бренд. Элементы имиджа аэропорта
16. Специальные мероприятия как PR-инструмент
17. Задачи и функции специальных мероприятий. Виды специальных мероприятий (специальных событий)
18. Определение понятия «неавиационные услуги» аэропорта
19. Проблемы развития неавиационной деятельности аэропорта
20. Эффективные коммуникационные стратегии развития неавиационной деятельности аэропорта: отечественный и зарубежный опыт
21. История формирования пресс-служб. Классификация современных пресс-служб
22. Пресс-службы аэропорта: задачи, функции, структура
23. Место пресс-секретаря в структуре организации
24. Информационно-аналитическая работа пресс-службы
25. Пресс-службы авиакомпании: задачи, функции, структура
26. Проведение пресс-конференции, брифинга
27. Коммуникационная стратегия авиакомпании
28. Фирменный стиль авиакомпании
29. Ливреи самолета как инструмент коммуникационной стратегии
30. Социально-психологический профиль пассажира. Вербальная и невербальная коммуникация личности
31. Социологические методы изучения коммуникационного поведения человека в пространстве аэропорта
32. Цифровая трансформация коммуникационного обеспечения авиабизнеса

Примерные типовые задания (задачи) для проведения промежуточной аттестации

Задание 1. Обозначьте основные направления и инструменты коммуникационной политики (на примере аэропорта Пулково).

Задание 2. Одной из основных особенностей рынка авиационных терминалов является реализация деятельности одновременно в двух рыночных сегментах: B2B и B2C. Перечислите основные целевые аудитории, на которые направлена коммуникационная политика аэропорта.

Задание 3. Проведите SWOT-анализ коммуникационной среды аэропорта (на примере конкретного аэропорта РФ).

Задание 4. Коммуникационный аудит аэропорта Пулково включил в себя: репутационный аудит, медиа-аудит и аудит коммуникационных процессов. Обозначьте, какие методы получения информации необходимо использовать по каждому направлению аудита.

Задание 4. Проведите сравнительный анализ коммуникационных стратегий российских авиакомпаний одного ценового сегмента. Выявите преимущества и недостатки.

Задание 5. Логотип авиакомпании выполняет коммуникационную функцию. Проведите анализ логотипа авиакомпании как инструмента взаимодействия с целевыми аудиториями. Предложите свои рекомендации.

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;

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

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

Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением

дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

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

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

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку докладов

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с п.п. 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 разработана 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 «Философия и социальные коммуникации» «19» апреля 2023 г., протокол № 11.

Разработчик:


к.с.н.  Н.А. Иванова

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент  Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент  Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и одобрена на Заседании Учебно-методического совета Университета «29» мая 2023 г., протокол № 8.