



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»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ю.Ю. Михальчевский

2024 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация выставочной деятельности в авиабизнесе

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2024

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

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

Задачами освоения дисциплины являются:

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

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

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» представляет собой элективную дисциплину, относящуюся к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплин (модулей). Дисциплина «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин (модулей): Основы теории коммуникации, Введение в коммуникационные специальности, Теория и практика связей с общественностью.

Дисциплина (модуль) является обеспечивающей для дисциплин: Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью, Производственная практика; а также для написания ВКР.

Дисциплина (модуль) изучается в 6 семестре.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

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

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ПК-2	1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ИД ¹ _{ПК-2}	1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний, специальных мероприятий, технологии копирайтинга, медиарилейшнз и

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ИД ² _{ПК-2}	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 во сфере рекламы и (или) связей с общественностью для российских авиакомпаний и отраслевых организаций.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

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

Уметь:

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

Владеть:

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

4. Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

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

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

5. Содержание дисциплины (модуля)

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

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ПК-2			
Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности	12	+		ВК, Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 2. Рынок выставочного бизнеса	16	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора.	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента	12	+		Л, ПЗ СРС	У, Дс
Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности	12	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности	11	+		Л, ПЗ, СРС	У, Дс
Итого по дисциплине	99				
Промежуточная аттестация	9				
Всего по дисциплине (модулю)	108				

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

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 2. Рынок выставочного бизнеса	4	4		8		16
Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора.	2	2		8		12
Тема 4. Планирование выставочной	2	2		8		12

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
деятельности экспонента						
Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности	2	2		8		12
Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности	2	2		7		11
Итого за семестр	18	18		63		99
Промежуточная аттестация						9
Итого по дисциплине (модулю)						108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности

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

Тема 2. Рынок выставочного бизнеса

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

Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора

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

Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента

Цели участия в выставке. Коммуникационные мероприятия. Взаимодействие экспонента с организаторами. Подготовка, дизайн и оформление выставочной экспозиции, стенда. Организация работы персонала на выставочном мероприятии. Планирование основных и околотоварных, специальных мероприятий. Планирование работы с посетителями. Определение бюджета участия в выставке.

Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности

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

Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности

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

Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности

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

Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности

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

5.4 Практические занятия (семинары)

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

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

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

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоёмкость (часы)
	2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой [4], [5], [6]. 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	8
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой [3], [5], [6]. 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	8
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой [1], [2], [3]. 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	8
8	1 Работа с основной и дополнительной литературой [1], [2], [3]. 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	7
Итого за семестр:		63
Итого по дисциплине (модулю):		63

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1 Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/513640> (дата обращения: 31.03.2024).

2 Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст: электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535995> (дата обращения: 31.03.2024).

3 Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/515444> (дата обращения: 31.03.2024).

б) дополнительная литература:

4 Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537250> (дата обращения: 31.03.2024).

5 Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник для вузов / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17594-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533385> (дата обращения: 31.03.2024).

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

6 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

7 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

8 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

9 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

10 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

11 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

12 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

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

13 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

14 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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
Организация выставочной деятельности в авиабизнесе	<p>Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"> • Комплект учебной мебели (24 места) • Мультимедийный проектор Mitsubishi XD 490U • Ноутбук HP 15.6 • Экран Projecta ProStar 183*240 • Доступ в сеть Интернет 	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

8. Образовательные и информационные технологии

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

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

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 изучаемой проблемы в современных условиях. Во время лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных 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. Практические занятия предназначены 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 вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

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

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

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

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

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

Дискуссия - целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе по изучаемой теме. Проводится в процессе проблемной лекции.

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

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

К моменту сдачи зачета должны быть успешно 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

Применение балльно-рейтинговой системы оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса данной рабочей программой не предусмотрено.

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

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

- проведение дискуссий;
- проведение устных опросов.

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.

Дискуссия оценивается:

«зачтено»: обучающийся демонстрирует полное или частичное понимание проблемы;

«не зачтено»: обучающийся демонстрирует непонимание проблемы.

Решение ситуационных задач оценивается:

«зачтено»: обучающийся самостоятельно правильно решает задачу, дает обоснованную оценку по итогу решения;

«не зачтено»: обучающийся отказывается от выполнения задачи или не способен ее решить самостоятельно, а также с помощью преподавателя.

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

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

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

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

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

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

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

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

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

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

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

Вопросы по дисциплине «*Основы теории коммуникации*»:

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

Вопросы по дисциплине «Теория и практика связей с общественностью»:

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

Вопросы по дисциплине «Введение в коммуникационные специальности»:

- 1 Понятие и классификация видов рекламы.
- 2 Виды рекламных технологий.
- 3 Основные направления пиар-деятельности.
- 4 Классификация пиар-мероприятий.

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

Компетенции	Критерии	Показатели
ПК-2 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: - стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий в сфере выставочной деятельности, - особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	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.
	Уметь: - организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, - использовать технологии	Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью для российских авиакомпаний и отраслевых организаций.

Компетенции	Критерии	Показатели
	медиарилейшнз и медиапланирования, использовать основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	
	Владеть: тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии, технологиями медиарилейшнз и медиапланирования, копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	

Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации (зачет):
 «Зачтено» ставится, если обучающийся демонстрирует знание основных положений вопроса и умение применять их на практике при решении ситуационных задач (самостоятельно либо с помощью преподавателя); излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка (допускаются речевые ошибки).

«Не зачтено» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

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

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

Тема 1 Концептуальное представление о выставочной деятельности

Вопросы:

- 1 Основные понятия выставочной деятельности.
- 2 Классификация выставок.
- 3 Выставки в авиационной отрасли
- 4 Субъекты выставочной деятельности в авиабизнесе.

Тема 2 Рынок выставочного бизнеса

Вопросы:

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

4 Роль государства в развитии выставочной деятельности в авиабизнесе.

Тема 3 Планирование выставочной деятельности организатора

Вопросы:

1 Основные этапы планирования выставочной деятельности в авиабизнесе

2 Определение типа выставки и выделение целевых аудиторий.

3 Целевые аудитории выставочного проекта в авиабизнесе.

4 Деятельность организаторов после завершения выставочного мероприятия.

5 Факторы, определяющие участие авиакомпаний и других отраслевых организаций в выставке.

Тема 4 Планирование выставочной деятельности экспонента

Вопросы:

1 Виды коммуникационных мероприятий.

2 Взаимодействие авиакомпании-экспонента с организаторами выставки.

3 Организация работы персонала на выставочном мероприятии сферы авиабизнеса.

4 Основные, околотоварные, специальные мероприятия.

Тема 5 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности

Вопросы:

1 Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности организаторов.

2 Понятие и критерии эффективности выставочной деятельности экспонентов в авиабизнесе.

3 Типичные ошибки в организации выставочной деятельности.

Тема 6 Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности

Вопросы:

1 Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта.

2 Пиар-технологии в организации выставочной деятельности авиакомпаний.

3 Виды используемых пиар-документов в выставочной деятельности.

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

Тема 7 Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности

Вопросы:

- 1 Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта.
- 2 Виды и назначение рекламы в выставочной деятельности авиакомпаний.
- 3 Рекламные технологии в организации выставочной деятельности организаций авиабизнеса.

Тема 8 Методы оценки эффективности выставочной деятельности

Вопросы:

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

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет

- 1 Понятие, классификация выставок
- 2 Выставки в сфере авиабизнеса как вид отраслевых выставок
- 3 Субъекты выставочного рынка
- 4 Субъекты выставочного рынка в авиабизнесе
- 5 Цели и задачи выставочной деятельности
- 6 Цели и задачи выставочной деятельности авиакомпании
- 7 История развития выставочной отрасли в России
- 8 Основные этапы планирования выставочной деятельности в авиабизнесе
- 9 Планирование выставочной деятельности экспонента
- 10 Подготовка, дизайн и оформление выставочной экспозиции, стенда
- 11 Планирование основных и околорыночных, специальных мероприятий
- 12 Определение бюджета участия в выставке в авиабизнесе
- 13 Факторы и условия эффективности выставочной деятельности в авиабизнесе
- 14 Типичные ошибки в организации выставочной деятельности
- 15 Основные этапы пиар-сопровождения выставочного проекта
- 16 Пиар-технологии в организации выставочной деятельности в авиабизнесе
- 17 Подготовка и распространение пиар-документов
- 18 Оценка эффективности пиар-деятельности во время проведения выставок
- 19 Основные этапы рекламного сопровождения выставочного проекта
- 20 Рекламные и пиар-технологии продвижения выставочного проекта в авиабизнесе
- 21 Подготовка и распространение видов рекламной продукции

22 Оценка эффективности рекламных мероприятий выставочного проекта в авиабизнесе

23 Основные направления в исследованиях эффективности выставочной деятельности

24 Методы количественной оценки эффективности организации выставки

25 Методы оценки коммуникативной эффективности выставки.

26 Критерии эффективности выставочного проекта в авиабизнесе

Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

Задача 1

NAIS – Национальная выставка инфраструктуры гражданской авиации в России. Выставка представляет векторы развития авиабизнеса и новейшие технологии для аэропортов, авиакомпаний и других авиапредприятий. Это важное место встречи руководителей и специалистов авиационной отрасли, представителей органов власти всех уровней с поставщиками технологий, оборудования и услуг для решения задач авиапредприятий. Определите цели и задачи данного выставочного проекта, критерии его эффективности.

Задача 2

Мебельная компания «Style» является участником крупнейших мебельных выставок России. Участвуя в одной из выставок в Санкт-Петербурге, «Style» выбрала в качестве выставочной стратегии проникновение на рынок, необходимость стимулировать продажи с помощью существующих товаров. Цели участия в выставке «Style» по отношению к новым клиентам – мотивировать их совершить закупки; по отношению к постоянным клиентам – осуществлять более высокие продажи. Компании нужно разработать выставочные маркетинговые технологии, ориентированные на покупателя. Предложите свое решение.

Задача 3

Авиакомпания Пулково совместно с Правительством Санкт-Петербурга планирует организацию выставки, посвященной 100-летию гражданской авиации в России. Определите целевые аудитории данной выставки, предложите программу коммуникационных мероприятий по продвижению выставки.

Задача 4

Компании-производителю рекламных носителей для аэропортов предложено принять участие в одной из выставок отрасли авиабизнеса, которая должна пройти в г. Санкт-Петербурге. Приоритетными направлениями в работе компании в настоящее время является поиск партнеров, выход на новые рынки, маркетинговая разведка, формирование

имиджа. Сформулируйте цели и задачи участия в выставке для данной компании.

10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

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

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:

- самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;
- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);
- подготовку докладов.

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

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

Рабочая программа дисциплины 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» «5» апреля 2024 года, протокол № 10.

Разработчик:

к.с.н.



Л.Н. Таджикова

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

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 согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «17» апреля 2024 г., протокол № 7.