

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» являются: формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, позволяющих принимать эффективные и экономически обоснованные решения в сфере рекламы и связей с общественностью на воздушном транспорте; а также эффективного управления как собственными, так и ресурсами авиапредприятия, в ходе самостоятельной профессиональной деятельности.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	3,4,5,6,7 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Базовая часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-6, УК-9, ОПК-5
Трудоемкость дисциплины	17 зачётных единицы, 612 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>3 семестр</p> <p>Тема 1. Теоретические основы личной эффективности.</p> <p>Тема 2. Целеполагание, постановка задач и основы тайм-менеджмента.</p> <p>Тема 3. Эффективные коммуникации.</p> <p>Тема 4. Личная эффективность и деловое общение.</p> <p>Тема 5. Деловой этикет, имидж и карьера специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Тема 6. Личная эффективность в процессе межкультурной коммуникации.</p> <p>Тема 7. Управление конфликтами и стрессами.</p> <p>4 семестр</p> <p>Тема 1. Территориальный брендинг как ресурс для развития авиабизнеса.</p> <p>Тема 2. Экономические аспекты брендинга территорий.</p> <p>Тема 3. Концепция бренда города: экономические риски и бюджет</p> <p>Тема 4. Восприятие бренда города целевыми аудиториями</p> <p>Тема 5. Формирование имиджа бренда в городской среде</p> <p>Тема 6. Медиакоммуникационные системы как инструмент продвижения бренда территории</p> <p>Тема 7. Аэропорт как субъект коммуникационного пространства территории (города, региона, страны).</p>

Тема 8. Авиакомпания как элемент территориального брендинга

Тема 9. Оценка экономической эффективности брендинга

5 семестр

Тема 1. Теоретико-методологические основания антикризисного PR.

Тема 2. Антикризисные технологии в системе антикризисных коммуникаций авиационной отрасли.

Тема 3. Антикризисные и репутационные технологии авиакомпании и авиапредприятия: основные понятия.

Тема 4. Кризисная ситуация: определение, подходы к пониманию.

Тема 5. Особенности кризис-менеджмента в сфере авиации: структура, виды, основные понятия.

Тема 6. Особенности антикризисной стратегии авиакомпании и авиапредприятия.

Тема 7. Специфика работы PR-специалиста в условиях кризиса на авиационном рынке.

6 семестр

Тема 1. Необходимость маркетинговых исследований (МИ), виды МИ, основные направления исследований.

Тема 2. Этические принципы проведения МИ в авиаотрасли.

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

Тема 4. Разработка анкеты.

Тема 5. Формирование исследовательской выборки.

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

Тема 7. Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований.

Тема 8. Применение метода глубинного интервью в авиаотрасли.

Тема 9. Применение метода включенного наблюдения в авиаотрасли.

Тема 10. Применение метода фокус-групп в авиаотрасли.

Тема 11. Ситуационный анализ деятельности авиакомпании.

7 семестр

Тема 1. Основные задачи и возможности медиаанализа в авиаотрасли.

Тема 2. Медиаизмерения и оценка PR-кампаний в авиаотрасли

Тема 3. Этапы и результаты медиааналитического исследования в авиабизнесе.

Тема 4. Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций в авиабизнесе.

Тема 5. Метрики, служащие анализу СМИ авиаотрасли.

Тема 6. Интегральные метрики оценки СМИ авиаотрасли.

	Тема 7. Система КРІ PR-специалиста: СМИ, SocialMedia.
Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	Зачет (3,6 семестр), зачет с оценкой (4,5,7 семестр)