

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Мордовский государственный педагогический
университет имени М.Е. Евсевьева»**

Факультет физической культуры
Кафедра теории и методики физической культуры и безопасности
жизнедеятельности

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля): Пропаганда и связи с общественностью в
сфере физической культуры Уровень ОПОП: Бакалавриат

Направление подготовки: 49.03.01 Физическая культура

Профиль подготовки: Спортивная тренировка в избранном виде спорта

Форма обучения: очная

Разработчик:

Тарасова С. В., старший преподаватель

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол
№ 10 от 25.04.2017 года

Зав. кафедрой _____ Якимова Е. А.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры, протокол № 1 от 31.08.2020 года.

Зав. кафедрой _____ Якимова Е. А.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины - формирование базовых знаний, умений и навыков для выполнения организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в сфере физической культуры и спорта.

Задачи дисциплины:

- проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и обобщение полученной информации о достижениях физической культуры и спорта;
- осуществление агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью
- взаимодействие со средствами массовой информации, информационными и рекламными агентствами общественного мнения о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.16.3 «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры» относится к вариативной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 4 курсе, в 8 семестре.

Для изучения дисциплины требуется: знание возрастных особенностей развития личности, наличие представлений об историческом процессе развития человечества.

Изучению дисциплины Б1.В.ДВ.16.3 «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры» предшествует освоение дисциплин (практик):

Б1.Б.8 Психология;

Б1.Б.12 Менеджмент физической культуры и спорта;

Б1.Б.22 История физической культуры и спорта;

Б1.Б.21 Психология физической культуры и спорта;

Б1.В.ДВ.1.2 Разговорный иностранный язык;

Б1.В.ДВ.1.3 Иностранный язык профессионального общения;

Б1.В.ДВ.6.1 Проектирование профессиональной карьеры тренера;

Б1.В.ДВ.7.3 Психология общения;

Б1.В.ДВ.17.3 Психологическое обеспечение подготовки спортсменов;

Б1.Б.25 Теория и методика физической культуры и спорта.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры», включает: образование в сфере физической культуры, спорт, двигательную рекреацию и реабилитацию, пропаганду здорового образа жизни, сферу услуг, туризм, сферу управления, научно-исследовательские работы, исполнительское мастерство.

Освоение дисциплины готовит к работе со следующими объектами профессиональной деятельности:

- лица, вовлеченные в деятельность в сфере физической культуры и спорта, и потенциальные потребители физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг;
- процессы формирования мировоззренческих, мотивационно-ценностных ориентаций и установок на сохранение и укрепление здоровья, ведение здорового образа жизни, оптимизации психофизического состояния человека, освоения им разнообразных

двигательных умений и навыков, и связанных с ними знаний, развития двигательных способностей и высокой работоспособности;

- учебно-методическая и нормативная документация.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к видам профессиональной деятельности и решению профессиональных задач, предусмотренных ФГОС ВО и учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций и трудовых функций (профессиональный стандарт Тренер, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты №193н от 07.04.2014).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК) в соответствии с видами деятельности:

<i>ПК-31. способностью применять методы и средства сбора и обобщения информации о достижениях физической культуры и спорта в ее историческом развитии, приемы агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью</i>		
ПК-31. способностью применять методы и средства сбора и обобщения информации о достижениях физической культуры и спорта в ее историческом развитии, приемы агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью	знать: - правовые, социально-экономические, психологические и этические аспекты рекламной деятельности в России и за рубежом; - основные направления исследования рекламы образовательного учреждения; - функции управления рекламной деятельностью в образовательном учреждении; уметь: - оценивать экономическую, коммуникационную и имиджевую эффективность рекламы; - налаживать коммуникационные связи для организации и проведения РК; владеть: - практическими навыками оценки экономической, коммуникационной и имиджевой эффективности рекламы.	
<i>ПК-33. способностью формировать через средства массовой информации, информационные и рекламные агентства общественное мнение о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья</i>		
ПК-33. способностью формировать через средства массовой информации, информационные и рекламные агентства общественное мнение о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья	знать: - роль и функции рекламных агентств; - особенности организации и планирования рекламной кампании образовательного учреждения; уметь: - организовывать и планировать рекламную деятельность в образовательном учреждении; - осуществлять координацию и контроль рекламной деятельности; владеть: - навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по управленческой деятельности в сфере рекламы; - навыками оценки эффективности рекламной кампании.	

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Восьмой семестр
Контактная работа (всего)	50	50
Лабораторные	50	50
Самостоятельная работа (всего)	58	58
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. Основные этапы развития связей с общественностью:

Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре. История развития связей с общественностью в физической культуре. Современный специалист в области связей с общественностью. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации. Целевые аудитории в связях с общественностью.

Модуль 2. Организация и проведение пиар кампаний в сфере физической культуры и спорта связей с общественностью:

Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью. Организация специальных событий. Управление кризисными ситуациями. Этика и право в сфере связей с общественностью.

5.2. Содержание дисциплины:

Лабораторные (50 ч.)

Модуль 1. Основные этапы развития связей с общественностью (24 ч.)

Тема 1. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре (2 ч.)

Введение. Предмет и задачи курса. Многообразие определений и понятий. Экономические, политические, идеологические и социальные причины возникновения и развития науки, профессии и отрасли бизнеса связей с общественностью.

Тема 2. Введение. Предмет и задачи курса. Роль связей с общественностью в физической культуре (2 ч.)

Роль связей с общественностью (СО, паблик рилейшенз, ПР) в массовой физической культуре и спорте. Основные профессиональные термины и понятия. Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью в физической культуре и спорте.

Тема 3. История развития связей с общественностью в физической культуре (2 ч.)

Основные этапы развития связей с общественностью. Общественные отношения в спорте как часть культуры или цивилизации. Использование элементов ПР в древности. Мифология и символика Олимпийских игр. Общественное признание. «Петербургские олимпийские игры» 1766 года. Первые статьи о спорте в газетах.

Тема 4. История развития связей с общественностью в физической культуре (2 ч.)

Формирование общественного мнения по возрождению Олимпийских игр (Бутовский А.Д., Лебедев А.П., Рибопьер Г.И.). История спортивной экипировки. Создание Российского Олимпийского Комитета (1912 г.) Благотворительность при создании спортивных обществ (братья Морозовы, П.Д.Львов, П.И.Постников, П.Г.Волконский, В.Ф.Краевский, С.К.Белосельский-Белозерский). Массовая физическая культура и спорт в СССР. Организация физкультурных парадов, рабочих олимпиад, спартакиад. Позиционирование XXII Олимпийских Игр. Организация Игр Доброй Воли. Легитимность профессионального спорта. Развитие инфраструктуры СО в спорте.

Тема 5. Современный специалист в области связей с общественностью (2 ч.)

Общая характеристика функций специалиста по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта. Составные части профессиональной деятельности: информирование общественности, формирование общественного мнения, кризисные коммуникации, управление проблемными ситуациями, управление репутацией и создание благоприятного имиджа.

Тема 6. Современный специалист в области связей с общественностью (2 ч.)

Особенности профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью в сфере физической культуры и спорта. Квалификационные требования к специалистам. Профессиональные стандарты в России и за рубежом.

Тема 7. Имидж спорта и физической культуры.

Фирменный стиль спортивной организации (2 ч.)

Имиджелогия как наука. Инструментарий имиджелогии. Типы имиджей. Позиционирование имиджа, отстройка от конкурентов, снижение и возвышение имиджа. Имидж спортивной организации, товара, услуги. Формирование имиджа физкультурного вуза, спортивного клуба, команды, федерации, ассоциации; спортивной звезды. Спонсорство и спортивных мероприятий в продвижении имиджа организации. Благотворительность в спорте.

Тема 8. Имидж спорта и физической культуры. Фирменный стиль спортивной организации (2 ч.)

Основные элементы фирменного стиля спортивной организации: фирменное наименование, товарный знак, логотип, фирменная гамма цветов. Спортивная символика в формировании фирменного стиля. Популярные марки спортивной одежды и обуви.

Тема 9. Целевые аудитории в связях с общественностью (2 ч.)

Определение целевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «болельщики» и «фанаты». Психологические особенности целевых групп. Каналы выхода на различные аудитории общественности. Преимущества и недостатки каждого вида СМК с точки зрения СО.

Тема 10. Целевые аудитории в связях с общественностью (2 ч.)

Понятие «база данных целевых СМИ». Критерии отбора и оценки эффективности использования средств коммуникации для различных ПР-мероприятий и программ. Рейтинги СМИ. СМИ и информационные сайты в Интернете. Система приоритетов в использовании средств коммуникации. Виды рабочих ПР-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования.

Тема 11. Целевые аудитории в связях с общественностью (2 ч.)

Оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз, информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, заявление для печати, интервью для печати, информационный бюллетень (newsletter), квартальный информационно-аналитический отчет, заявка клиента на ПР-услуги (PR-brief), биографическая справка, пресс-досье, пресс-клиппинг, аналитическая справка, статья опровержение, «красная папка кризисного реагирования («Red folder»)), приглашение на ПР-мероприятие, анкета-опросный лист, распечатка баз данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий ПР-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи.

Тема 12. Целевые аудитории в связях с общественностью (2 ч.)

Имиджевые корпоративные документы: презентационный буклет, корпоративная (фирменная) многотиражная газета, буклет «Профиль фирмы», Годовой отчет, Письмо к акционерам, история (летопись) фирмы, биография высшего руководства, слайдовый, видеофильм или компьютерная презентация, портфолио; Интерактивные электронные имиджевые документы в Интернете.

Модуль 2. Организация и проведение пиар кампаний в сфере физической культуры и спорта связей с общественностью (26 ч.)

Тема 13. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Основные причины, создающие потребность ПР-кампании в сфере массовой физической культуры, рекреации и спорта. Виды ПР-кампаний. Классификация кампаний по масштабам и

географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности. Четыре основных этапа разработки и реализации ПР-кампании.

Тема 14. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Исследование проблемы и формулировка основных целей и задач. Правила и принципы разработки стратегии и тактики ПР-кампании. Главная тема и главный лозунг ПР-кампании. Целевые аудитории и целевые СМИ. Принципы подбора СМИ. Информационное спонсорство. Базы данных, их источники и способы формирования. Бюджет ПР-кампании.

Тема 15. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Тактика разработки комплексных и взаимосвязанных мероприятий и акций. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Практическая реализация ПР-кампании. Оценка эффективности ПР-кампаний. Система внесения корректив и поправок. Система позитивных и негативных отчетов по итогам кампании.

Тема 16. Организация специальных событий (2 ч.)

Привлечение внимания общественности к деятельности организации. Цели и задачи специального события.

Тема 17. Организация специальных событий (2 ч.)

Организация церемоний открытия, приемов, презентаций, конференций, дней открытых дверей, круглых столов, спортивных выставок.

Тема 18. Организация специальных событий (2 ч.)

Освещение специальных событий в СМИ.

Тема 19. Управление кризисными ситуациями (2 ч.)

Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях. Чрезвычайные, скандальные ситуации. Подготовка к кризисным ситуациям.

Тема 20. Управление кризисными ситуациями (2 ч.)

Управление кризисом (crisis management). Отличия конфликта и кризиса. Фазы кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса.

Тема 21. Управление кризисными ситуациями (2 ч.)

Комплексные циклы действий в кризисной ситуации. Работа с СМИ. Организация пресс-конференций.

Тема 22. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью.

Тема 23. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Кодексы профессионального поведения в СО. Этика спорта и физической культуры.

Тема 24. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Закон о «Физической культуре и спорте».

Тема 25. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Олимпийская хартия. Кодекс спортивной этики «Справедливая игра – путь к победе».

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Восьмой семестр (58 ч.)

Модуль 1. Основные этапы развития связей с общественностью (29 ч.)

Вид СРС: Подготовка к контрольной работе

Контрольная работа № 1

Вариант 1

1. Охарактеризуйте пропаганду спортивных состязаний в Древней Греции и Риме.
2. Опишите схему воздействия спортивной пропаганды и рекламы на целевую аудиторию.
3. Раскройте особенности спортивного PR в России.

Вариант 2

1. Опишите формирование положительного имиджа сферы физической культуры и спорта у целевой аудитории на примерах спорта.
2. Раскройте проблему коммерциализации спорта.

3. Охарактеризуйте методы управления физкультурно-спортивной организацией (принуждение, «косвенное управление»).

Вид СРС: Подготовка к практическим / лабораторным занятиям

1. Работая со словарями и научной литературой, найти и выписать (с указанием источника) различные определения понятий «пропаганда», «связи с общественностью», «физическая культура», «спорт», «олимпизм».

2. Найти биографии спортсменов, внесших значительный вклад в формирование положительного имиджа сферы физической культуры и спорта и продвижение идей олимпизма. Выбрать одного спортсмена и подготовить доклад с анализом.

3. Написать эссе на тему «Личность - это..» (на примере известных спортсменов).

4. Подготовить публичное выступление (приветствие участникам соревнований, выступление на тренерском совете, выступление перед командой).

5. Написать PR-материал (на выбор): пресс-релиз, авторскую статью (байлайнер), кейс-историю, обзорную статью. Тема определяется самостоятельно.

Модуль 2. Организация и проведение пиар кампаний в сфере физической культуры и спорта связей с общественностью (29 ч.)

Вид СРС: Подготовка к контрольной работе

Контрольная работа №2

Вариант 1

1. Раскройте деятельность пресс-службы физкультурно-спортивной организации.

2. Опишите методы выявления общественного мнения: социологический опрос, фокус-группа.

3. Рассмотрите проблему создания имиджа спортивного клуба и отдельного спортсмена. Примеры сложившегося имиджа спортсмена или клуба.

Вариант 2

1. Раскройте особенности работы PR-специалиста в спортивной сфере.

2. Опишите методы работы со средствами массовой информации (медиари-лейшнз).

3. Рассмотрите особенности работы по привлечению спонсоров для организации и проведения спортивных мероприятий.

Вид СРС: Подготовка к практическим / лабораторным занятиям

1. Подготовить и провести фокус-группу на тему «Портрет современного болельщика».

2. Разработать специальное мероприятие для реализации на спортивных соревнованиях по схеме:

- цели и задачи мероприятия;
- организация мероприятия (место, время проведения, инвентарь и оборудование, участники);
- ход реализации мероприятия;
- подведение итогов мероприятия.

3. Подготовить речь «Самопрезентация тренера».

4. Разработать элементы фирменного стиля спортивной организации (на выбор).

5. Кейс-задание. Разработать рекламную кампанию для физкультурно-спортивной организации (клуба).

Цель-повысить уровень узнаваемости (популярности) клуба у целевой аудитории.

Задачи: а) выявить приоритетные целевые группы организации; б) выяснить существующий на данный момент уровень узнаваемости организации; в) разработать ряд PR или рекламных мероприятий для повышения уровня узнаваемости; г) рассчитать примерный бюджет рекламной кампании. д) описать предполагаемые результаты (что вы желаете получить после проведения всех мероприятий).

Формат защиты.

Доклад с презентацией в программе Microsoft PowerPoint

7. Тематика курсовых работ(проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены

8. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

8.1. Компетенции и этапы формирования

Коды компетенций	Этапы формирования		
	Курс, семестр	Форма контроля	Модули (разделы) дисциплины
ПК-31	4 курс, Восьмой семестр	Зачет	Модуль 1: Основные этапы развития связей с общественностью.
ПК-33	4 курс, Восьмой семестр	Зачет	Модуль 2: Организация и проведение пиар кампаний в сфере физической культуры и спорта связей с общественностью.

Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций:

Компетенция ПК-31 формируется в процессе изучения дисциплин:

Информационные технологии в образовании, История избранного вида спорта, История физической культуры и спорта, Проектирование здоровьесберегающей образовательной среды детско-юношеской спортивной школы, Проектирование профессиональной карьеры тренера, Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры, Теория и методика физической культуры и спорта, Технологии педагогического взаимодействия в подготовке спортсменов различной квалификации.

Компетенция ПК-33 формируется в процессе изучения дисциплин:

Проектирование здоровьесберегающей образовательной среды детско-юношеской спортивной школы, Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры, Теория и методика физической культуры и спорта, Технологии педагогического взаимодействия в подготовке спортсменов различной квалификации.

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

В рамках изучаемой дисциплины студент демонстрирует уровни овладения компетенциями:

Повышенный уровень: знает и понимает теоретическое содержание дисциплины; творчески использует ресурсы (технологии, средства) для решения профессиональных задач; владеет навыками решения практических задач.

Базовый уровень: знает и понимает теоретическое содержание; в достаточной степени сформированы умения применять на практике и переносить из одной научной области в другую теоретические знания; умения и навыки демонстрируются в учебной и практической деятельности; имеет навыки оценивания собственных достижений; умеет определять проблемы и потребности в конкретной области профессиональной деятельности.

Пороговый уровень: понимает теоретическое содержание; имеет представление о проблемах, процессах, явлениях; знаком с терминологией, сущностью, характеристиками изучаемых явлений; демонстрирует практические умения применения знаний в конкретных ситуациях профессиональной деятельности.

Уровень ниже порогового: имеются пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, студент допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не способен продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации	
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет
Повышенный	5 (отлично)	зачтено
Базовый	4 (хорошо)	зачтено

Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	незачтено

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

Оценка	Показатели
Зачтено	Студент знает правовые, социально-экономические, психологические и этические аспекты рекламной деятельности в России и за рубежом, основные направления исследования рекламы, - функции управления рекламной деятельностью в образовательном учреждении, роль и функции рекламных агентств, особенности организации и планирования рекламной деятельности в образовательном учреждении, особенности проведения рекламных и PR кампаний в сети интернет. Умеет организовывать и планировать рекламную деятельность в образовательном учреждении, владеет практическими навыками оценки экономической, коммуникационной и имиджевой эффективности рекламы.
Незачтено	Студент демонстрирует незнание основного содержания дисциплины, обнаруживая существенные пробелы в знаниях учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предлагаемых заданий; затрудняется делать выводы и отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.

8.2. Вопросы, задания текущего контроля

Модуль 1: Основные этапы развития связей с общественностью

ПК-31 способность применять методы и средства сбора и обобщения информации о достижениях физической культуры и спорта в ее историческом развитии, приемы агитационно-пропагандистской работы по привлечению населения к занятиям физкультурно-спортивной деятельностью

1. Определить основные этапы становления и развития связей с общественностью в России.
2. Охарактеризовать благотворительность в физической культуре и спорте.
3. Раскрыть понятие «обратная связь» в связях с общественностью.
4. Сравнить пресс-конференции и брифинг: сходства и различия.
5. Раскрыть профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью для работы в сфере физической культуры и спорта.

Модуль 2: Организация и проведение пиар кампаний в сфере физической культуры и спорта связей с общественностью

ПК-33 способность формировать через средства массовой информации, информационные и рекламные агентства общественного мнения о физической культуре как части общей культуры и факторе обеспечения здоровья

1. Обоснуйте соотношение понятий и функций: связь с общественностью и реклама, связь с общественностью и пропаганда, связь с общественностью и маркетинг, связь с общественностью и паблисити.
2. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности образовательного учреждения
3. Описать основные спортивные средства массовой информации (СМИ). Принципы подбора СМИ.
4. Раскройте терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «организация», «общественность».
5. Обозначить правовые акты в сфере средств массовой информации, рекламы.

8.3. Вопросы промежуточной аттестации

1. Охарактеризовать благотворительность в физической культуре и спорте.
2. Описать интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное).
3. Рассмотреть международных и национальных профессиональных специалистов по связям с общественностью.
4. Описать неэтичные технологии публичных отношений в физической культуре и спорте.
5. Раскрыть общую характеристик функций специалиста по связям с общественностью, его статус и круг решаемых задач.
6. Рассмотреть определение «общественности» в спорте.
7. Описать организацию и проведение кампаний в сфере связей с общественностью.
8. Раскрыть специфику организации специальных мероприятий.
9. Описать основные спортивные средства массовой информации (СМИ). Принципы подбора СМИ.
10. Определить основные этапы становления и развития связей с общественностью в России.
11. Рассмотреть особенности развития и становления связей с общественностью в США.
12. Раскрыть особенности подготовки и проведения ПР-кампании.
13. Раскрыть понятие «обратная связь» в связях с общественностью.
14. Рассмотреть понятие имиджа. Управление имиджем спортивной организации.
15. Обозначить правовые акты в сфере средств массовой информации, рекламы.
16. Представить ПР-акции в сфере физической культуры, рекреации и спорта.
17. Сравнить пресс-конференции и брифинг: сходства и различия.
18. Описать пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный).
19. Раскрыть причины кризисных ситуаций в спортивных организациях.
20. Раскрыть профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью для работы в сфере физической культуры и спорта.
21. Опишите развитие связей с общественностью в сфере спорта.
22. Раскройте роль связей с общественностью в физической культуре и спорте.
23. Опишите особенности связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций.
24. Рассмотрите связи с общественностью в спортивной индустрии: популярные марки спортивной одежды и обуви.
25. Охарактеризуйте спонсорство в спорте.
26. Представьте сценарий ПР-мероприятия.
27. Обоснуйте соотношение понятий и функций: связь с общественностью и реклама, связь с общественностью и пропаганда, связь с общественностью и маркетинг, связь с общественностью и публицити.
28. Раскройте терминологический аппарат связей с общественностью: определение понятий «коммуникация», «организация», «общественность».
29. Рассмотрите участие спортсменов в предвыборных кампаниях.
30. Опишите фирменный стиль спортивной организации. Основные элементы фирменного стиля.
31. Рассмотрите этику и профессиональные стандарты в связях с общественностью.

Восьмой семестр (Зачет, ПК-31, ПК-33)

8.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет позволяет оценить сформированность компетенций, теоретическую подготовку студента, его способность к творческому мышлению, готовность к практической деятельности, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач.

Подготовлено в системе 1С:Университет (000015174)

При балльно-рейтинговом контроле знаний итоговая оценка выставляется с учетом набранной суммы баллов.

Собеседование (устный ответ) на зачете

Для оценки сформированности компетенции посредством собеседования (устного ответа) студенту предварительно предлагается перечень вопросов или комплексных заданий, предполагающих умение ориентироваться в проблеме, знание теоретического материала, умения применять его в практической профессиональной деятельности, владение навыками и приемами выполнения практических заданий.

При оценке достижений студентов необходимо обращать особое внимание на:

- усвоение программного материала;
- умение излагать программный материал научным языком;
- умение связывать теорию с практикой;
- умение отвечать на видоизмененное задание;
- владение навыками поиска, систематизации необходимых источников литературы по изучаемой проблеме;
- умение обосновывать принятые решения;
- владение навыками и приемами выполнения практических заданий;
- умение подкреплять ответ иллюстративным материалом.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Алексеев, С. В. Спортивное право России [Текст] : учеб. для студентов вузов / С. В. Алексеев ; под ред. П. В. Крашенинникова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 690 с.
2. Горбатов, О. В. Олимпийское образование: история и развитие Международного олимпийского движения : учеб. Пособие / О. В. Горбатов. - Ставрополь : СКФУ, 2014. - 124 с. [Электронный ресурс, Университетская библиотека online, доступ с сайта <http://www.biblioclub.ru>]
3. Передельский, А. А. Физиче-ская культура и спорт в отражении философских и социологических наук : учебник / А. А. Передельский. - М. : Спорт, 2016. - 417 с. [Электронный ресурс, Университетская библиотека online, доступ с сайта : <http://www.biblioclub.ru>].
4. Холодов, Ж. К. Теория и методика физической культуры и спорта [текст] : учеб. для студентов учреждений высш. проф. образования / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. - 10-е изд., испр. - М. : Академия, 2012. - 479 с.
5. Чумиков, А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие [Электронный ресурс] / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко. - М. : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>

Дополнительная литература

1. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям / сост. А.Д. Паутов, Ю. Гаврикова ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта и др. - Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017. - 39 с. : ил. - Режим доступа: по подписке. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483430> - Библиогр.: с. 27-29. - Текст : электронный.
2. Психология взаимодействия в спорте : учебно-методическое пособие / В.Н. Смоленцева, Ю.А. Мироненко, В.А. Блинов, Н.А. Шакина ; под ред. В.Н. Смоленцевой ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. - Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2015. - 123 с. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459433> - Библиогр. в кн. - Текст : электронный.

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://mon.gov.ru> - Сайт министерства образования и науки РФ

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

При освоении материала дисциплины необходимо:

- спланировать и распределить время, необходимое для изучения дисциплины;
- конкретизировать для себя план изучения материала;
- ознакомиться с объемом и характером внеаудиторной самостоятельной работы для полноценного освоения каждой из тем дисциплины.

Сценарий изучения курса:

- проработайте каждую тему по предлагаемому ниже алгоритму действий;
- регулярно выполняйте задания для самостоятельной работы, своевременно отчитывайтесь преподавателю об их выполнении;
- изучив весь материал, проверьте свой уровень усвоения содержания дисциплины и готовность к сдаче зачета/экзамена, выполнив задания и ответив самостоятельно на примерные вопросы для промежуточной аттестации.

Алгоритм работы над каждой темой:

- изучите содержание темы вначале по лекционному материалу, а затем по другим источникам;
- прочитайте дополнительную литературу из списка, предложенного преподавателем;
- выпишите в тетрадь основные понятия и категории по теме, используя лекционный материал или словари, что поможет быстро повторить материал при подготовке к промежуточной аттестации;
- составьте краткий план ответа по каждому вопросу, выносимому на обсуждение на аудиторном занятии;
- повторите определения терминов, относящихся к теме;
- продумайте примеры и иллюстрации к обсуждению вопросов по изучаемой теме;
- подберите цитаты ученых, общественных деятелей, публицистов, уместные с точки зрения обсуждаемой проблемы;
- продумывайте высказывания по темам, предложенным к аудиторным занятиям.

Рекомендации по работе с литературой:

- ознакомьтесь с аннотациями к рекомендованной литературе и определите основной метод изложения материала того или иного источника;
- составьте собственные аннотации к другим источникам, что поможет при подготовке рефератов, текстов речей, при подготовке к промежуточной аттестации;
- выберите те источники, которые наиболее подходят для изучения конкретной темы;
- проработайте содержание источника, сформулируйте собственную точку зрения на проблему с опорой на полученную информацию.

12. Перечень информационных технологий

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе используется программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск, хранение, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители, организацию взаимодействия в реальной и виртуальной образовательной среде.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

12.1 Перечень программного обеспечения (обновление производится по мере появления новых версий программы)

- Microsoft Windows 7 Pro.
- Microsoft Office Professional Plus 2010.
- 1С: Университет ПРОФ.

Подготовлено в системе 1С:Университет (000015174)

12.2 Перечень информационных справочных систем (обновление выполняется еженедельно)

1. Информационно-правовая система «ГАРАНТ» (<http://www.garant.ru>)
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>)

12.3 Перечень современных профессиональных баз данных

1. Профессиональная база данных «Открытые данные Министерства образования и науки РФ» (<http://xn----8sblcdzzacvuc0jbg.xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/opendata/>)
2. Профессиональная база данных «Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации» (<http://opendata.mkrf.ru/>)
3. Электронная библиотечная система Znanium.com(<http://znanium.com/>)
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) № 302.

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Автоматизированное рабочее место в составе (УМК трибуна, проектор, интерактивный экран, компьютер, документ-камера, гарнитура, лазерная указка), доска маркерная.

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

Мультимедийный класс № 107.

Помещение укомплектовано специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Наборы демонстрационного оборудования: автоматизированное рабочее место в составе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь, коврик), проектор, интерактивный экран, лазерная указка, доска маркерная.

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.