

**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

**Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и
спорта**

Направление подготовки: 49.03.01 Физическая культура

Профиль подготовки: Спортивная тренировка в избранном виде спорта

Форма обучения: Очная

Разработчики:

старший преподаватель Тарасова С. В.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры, протокол № 10 от
19.04.2019 года

Зав. кафедрой



Якимова Е. А.

Программа с обновлениями рассмотрена и утверждена на заседании кафедры,
протокол № 8 от 19.03.2020 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 - является формирование у студентов первоначальных представлений о связях с общественностью как объекте изучения и сфере практической деятельности в физической культуре и спорте.

Задачи дисциплины:

- формирование базовых знаний, умений и навыков для выполнения следующих видов деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью: организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической;
- подготовка к выполнению следующих задач профессиональной деятельности: 1) проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; 2) 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; 3) участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; 4) участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; 5) проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных; 6) подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа; 7) сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина К.М.3 «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» относится к обязательной части учебного плана.

Дисциплина изучается на 2 курсе, в 3 семестре.

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

Курс рассматривает социальные модели коммуникативных процессов восприятия спорта как такового, разнообразные формы и методы позиционирования спорта в социуме с использованием средств массовой информации. Учебный процесс по курсу включает лекции, семинарские занятия и самостоятельную работу студентов. Дисциплина позволяет обратиться к основам смежных профессий (журналистика, операторское искусство, связи с общественностью), повысить культуру позиционирования спорта как такового в публичном пространстве, создает теоретический и практический фундамент для предстоящей профессиональной деятельности. Учебный процесс по курсу включает семинарские занятия, на которых даются рекомендации по созданию материалов о спорте для СМИ, созданию имиджа спортсмена в публичном пространстве, участию в массовых рекламных кампаниях известных спортивных брендов, использованию других средств и методов влияния на общественное мнение в целях повышения интереса к спорту. Дисциплина создает фундамент для проведения теоретических занятий о роли связи с общественностью в спортивной сфере, дает будущему выпускнику более комплексное понимание многообразия спортивной сферы и её актуальных особенностей. Воспитывает чувство ответственности за свои достижения, патриотизма, национальной гордости, необходимости не только осознавать культурные ценности ФКиС, но и стать частью этой культуры посредством взаимодействия со спортивной общественностью.

Изучению дисциплины К.М.3 «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» предшествует освоение дисциплин (практик):

К.М.05.ДВ.01.2 Проектирование здоровьесберегающей образовательной среды детско-юношеской спортивной школы;

К.М.1 Теория спорта;

К.М.1 Психология;

К.М.2 Русский язык и культура речи;

К.М.13 История физической культуры и спорта.

Освоение дисциплины К.М.3 «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

К.М.6 Менеджмент физической культуры и спорта;

К.М.05.ДВ.05.2 Психологическое обеспечение подготовки спортсменов;

К.М.0 Производственная (педагогическая) практика;

К.М.0 Производственная (тренерская) практика;

К.М.1 Иностранный язык;

К.М.2 Философия;

К.М.2 Тренажерные технологии в спорте;

К.М.3 Практикум по проектированию тренировочных занятий;

К.М.3 Финансовый практикум;

К.М.4 Современные средства оценивания результатов спортивной подготовки;

К.М.4 Педагогика физической культуры и спорта;

К.М.4 Информационные технологии в физической культуре и спорте;

К.М.4 Правовые основы профессиональной деятельности;

К.М.5 Профессиональная этика;

К.М.5 Психология физической культуры и спорта.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина «Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта», включает: 01 Образование и наука (в сфере начального общего, основного общего, среднего общего образования, профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного образования, в сфере научных исследований) 05 Физическая культура и спорт (в сфере физического воспитания, в сфере физической культуры и массового спорта, спортивной подготовки, в сфере управления деятельностью и развитием физкультурно-спортивной организации). Типы задач и задачи профессиональной деятельности, к которым готовится обучающийся, определены учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Компетенция в соответствии ФГОС ВО	
Индикаторы достижения компетенций	Образовательные результаты
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
УК-3.1 Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.	знать: - Специфику социальной стратегии и принципы командной работы; возможности и роль личного совместной деятельности
УК-3.2 Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.	уметь: - Анализировать и оценивать последствия личных действий в социальном взаимодействии; применять методы организации командной осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с другими оценивать их идеи в необходимых результатов
УК-3.3 Демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.	владеть: - Навыками работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия, стратегиями сотрудничества с разными членами команды, опытом реализации своей роли в командной работе.

ОПК-6. Способен формировать осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни	
ОПК-6.1 Проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.	знать: - Средства, методы и формы раскрытия личностного потенциала занимающегося, формирования осознанного отношения физкультурно-спортивной деятельности, основы организации здорового образа жизни.
ОПК-6.2 Планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.	уметь: - Разъяснять занимающимся важность ведения здорового образа жизни, ценность занятий физическими упражнениями.
ОПК-6.3 Развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.	владеть: - Навыками формирования отношения, занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностных ориентаций и установок ведение здорового образа жизни.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Третий семестр
Контактная работа (всего)	36	36
Лекции	18	18
Практические	18	18
Самостоятельная работа (всего)	72	72
Виды промежуточной аттестации		
Зачет		+
Общая трудоемкость часы	108	108
Общая трудоемкость зачетные единицы	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Связи с общественностью как отрасль знаний:

5.2. Содержание дисциплины: Лекции (18 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. 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 2. 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. 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 3. 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. 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 4. 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. 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.

Раздел 2. Реклама и пропаганда в сфере физической культуры и спорта (10 ч.)

Тема 5. 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. 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: - оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз, информационная справка (бэкграунд), пресс-цит, 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; 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.

Тема 6. 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. 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. Тактика разработки комплексных и взаимосвязанных мероприятий и акций. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Практическая

реализация PR-кампании. Оценка эффективности PR-кампаний. Система внесения корректив и поправок. Система позитивных и негативных отчетов по итогам кампании.

Тема 7. Организация специальных событий (2 ч.)

Привлечение внимания общественности к деятельности организации. Цели и задачи специального события. Организация конференций, дней открытых дверей, круглых столов, спортивных выставок. Освещение специальных событий в СМИ.

Тема 8. Управление кризисными ситуациями (2 ч.)

Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях. Чрезвычайные, скандальные ситуации. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление кризисом (crisis management). Отличия конфликта и кризиса. Фазы кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Комплексные циклы действий в кризисной ситуации. Работа с СМИ. Организация пресс-конференций.

Тема 9. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью. Кодексы профессионального поведения в СО. Этика спорта и физической культуры. Закон о «Физической культуре и спорте». Олимпийская хартия. Кодекс спортивной этики «Справедливая игра – путь к победе».

5.3. Содержание дисциплины: Практические (18 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. Роль связей с общественностью (СО, паблик рилейшенз, PR) 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 2. 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 PR в древности. Мифология и символика Олимпийских игр. Общественное признание. «Петербургские олимпийские игры» 1766 года. Первые статьи о спорте в газетах. 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 3. 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. 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 4. 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.

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.

Раздел 2. Реклама и пропаганда в сфере физической культуры и спорта (10 ч.)

Тема 5. 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. 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: оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз, информационная справка (бэкграунд), пресс-цит, 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; 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.

Тема 6. 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. 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. 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 кампаний.

Тема 7. Организация специальных событий (2 ч.)

Привлечение внимания общественности к деятельности организации. Цели и задачи специального события. Организация конференций, дней открытых дверей, круглых столов, спортивных выставок. Освещение специальных событий в СМИ.

Тема 8. Управление кризисными ситуациями (2 ч.)

Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях. Чрезвычайные, скандальные ситуации. Подготовка к кризисным ситуациям. Управление кризисом (crisis management). Отличия конфликта и кризиса. Фазы кризиса. Правила поведения в кризисной ситуации. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Комплексные циклы действий в кризисной ситуации. Работа с СМИ. Организация пресс-конференций.

Тема 9. Этика и право в сфере связей с общественностью (2 ч.)

Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью. Кодексы профессионального поведения в СО. Этика спорта и физической культуры. Закон о «Физической культуре и спорте». Олимпийская хартия. Кодекс спортивной этики «Справедливая игра – путь к победе».

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (разделу)

5.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Третий семестр (36 ч.)

Раздел 1. Связи с общественностью как отрасль знаний (36 ч.)

Вид СРС: Подготовка письменных работ (эссе, рефератов, докладов)

Тема 1 Символика Олимпийских игр Древней Греции и современных Олимпийских игр

Примерный план основной части работы:

1. Роль символики в связях с общественностью.
2. Символика, ритуалы Олимпийских Игр.
3. Традиции Олимпийских Игр.

Тема 2 Благотворительность в спорте в конце 19 века

Примерный план основной части работы:

1. Цели и задачи благотворительности.
2. История благотворительности.
3. Благотворители.

Тема 3 Спонсорство в спорте

Примерный план основной части работы:

1. Понятие спонсорства
2. Содержание спонсорских пакетов
3. Эффективность спонсорства

Тема 4 Этические основы связей с общественностью в спорте

Примерный план основной части работы:

1. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
2. Моральные основы в спорте.
3. Принципы «Фэйр плэй».

Тема 5 Управление имиджем спортивной организации

Примерный план основной части работы:

1. Понятие «имидж». Типология имиджа
2. Формирование имиджа. Корректировка имиджа
3. Особенности имиджа спортивной организации

Тема 6 Создание фирменного стиля спортивной организации

Примерный план основной части работы:

1. Понятие «фирменный стиль»
2. Элементы фирменного стиля
3. Закон о товарном знаке

Тема 7 Работа специалистов по связям с общественностью со спортивными СМИ

Примерный план основной части работы:

1. Функции специалистов по связям с общественностью.
2. Характеристика отраслевых спортивных СМИ
3. Формирование баз данных СМИ.

Тема 8 Освещение спортивных событий на телевидении

Примерный план основной части работы:

1. Типология спортивных СМИ
2. Спортивные телеканалы
3. Целевая аудитория

Тема 9 Сайт спортивной организации как элемент имиджа

Примерный план основной части работы:

1. Имидж спортивной организации.
2. Мониторинг сайтов спортивных организаций.
3. База данных по сайтам спортивных организаций.

Тема 10 Технологии связей с общественностью в зрелищных видах спорта

Примерный план основной части работы:

- 1 Зрелищные виды спорта
- 2 Целевые аудитории
- 3 Работа со спортивными звёздами

Тема 11 Деятельность специалистов по связям с общественностью с болельщиками

Примерный план основной части работы:

- 1 Специфика работы с общественностью в зрелищных видах спорта
- 2 Целевые группы
- 3 Спортивный фан-клуб: специфика, цели и задачи

Тема 12 Антикризисные связи с общественностью в спорте

Примерный план основной части работы:

1. Причины кризисных ситуаций в спортивных организациях.
2. Прогнозирование кризисных ситуаций.
3. Коммуникации во время кризисных ситуаций.

Тема 13 Организация специальных событий в спорте

Примерный план основной части работы:

1. Цели и задачи специального события.
2. Приемы и средства организации специальных событий.
3. Информационные поводы.

Тема 14 Спортивные выставки как форма работы публичных организаций

Примерный план основной части работы:

1. Цели и задачи проведения выставок.
2. Спортивные выставки в Санкт-Петербурге.
3. Организация работы стендистов.

Тема 15 Подготовка и проведение пресс-конференций о спортивных событиях

Примерный план основной части работы:

- 1 Причины проведения пресс-конференции
- 2 Принципы отношений со СМИ
- 3 Ответы на вопросы журналистов

Тема 16 Роль связей с общественностью в некоммерческих спортивных организациях

Примерный план основной части работы

1. Деятельность некоммерческих организаций.
2. Доходы НКО.
3. Виды НКО в спорте.

Тема 17 Требования к подготовке специалистов по связям с общественностью для работы в спортивных организациях

Примерный план основной части работы:

1. Общая характеристика функций специалиста.
2. Квалификационные требования.
3. Специфика профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью в сфере ФК, рекреации и спорте в российских вузах.

Тема 18 Проблема эффективности связей с общественностью в спортивных организациях

Примерный план основной части работы:

1. Функции специалиста по связям с общественностью.
2. Формы взаимодействия с целевой общественностью.
3. Эффективность работы специалиста по связям с общественностью.

Тема 19 Спортивные бренды как инструмент продвижения имиджа организации

Примерный план основной части работы:

1. Понятие брендинга
2. Ведущие спортивные бренды
3. Имидж бренда

Тема 20 Связи с общественностью в фитнес-индустрии

Примерный план основной части работы:

- 1 Становление и развитие фитнес-индустрии

2 Формирование имиджа фитнес-клуба

3 Средства связей с общественностью в деятельности фитнес-клубов
Тема 21 Связи с общественностью в рекреации

Примерный план основной части работы:

1 Понятие «рекреация»

2 Деятельность специалистов по связям с общественностью в сфере рекреации

3 Технологии связей с общественностью в сфере рекреации

Тема 22 Связи с общественностью в социально-культурном сервисе
Примерный план основной части работы:

1. Характеристика социально-культурного сервиса

2. Технологии связей с общественностью в социально-культурном сервисе

3. Коммуникативные каналы

Тема 23 Связи с общественностью в туризме
Примерный план основной части работы:

1 Функции связей с общественностью в маркетинге и менеджменте в сфере туризма

2 Технологии связей с общественностью в туризме

3 Деятельность туристских фирм по привлечению клиентов

Тема 24 Связи с общественностью в спортивной индустрии.

Примерный план основной части работы:

1 Понятие «спортивная индустрия»

2 Участие организаций в спортивных выставках

3 Спортивные бренды

Тема 25. История спортивной экипировки

Примерный план основной части работы:

1 Появление первых спортивных костюмов

2 Работа музеев

3 Современная спортивная экипировка

Раздел 2. Реклама и пропаганда в сфере физической культуры и спорта (36 ч.)

Вид СРС: Подготовка к контрольной работе

Вариант-1

1. Охарактеризовать возникновение связей с общественностью как социального института.

2. Рассмотреть связи с общественностью как функцию менеджмента.

3. Выстроить алгоритм управления имиджем спортивной организации.

4. Раскрыть связи с общественностью как профессиональную деятельность.

5. Охарактеризовать Международные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.

Вариант-2

1. Рассмотреть национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью.

2. Раскрыть этику профессионального поведения.

3. Представить алгоритм организации работы отдела по связям с общественностью.

4. Описать маркетинговые исследования в сфере связей с общественностью.

5. Раскрыть функции специалистов по связям с общественностью в кризисных ситуациях.

6. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

8. Оценочные средства

8.1. Компетенции и этапы формирования

№ п/п	Оценочные средства	Компетенции, этапы их формирования
1	Модуль здоровья и безопасности жизнедеятельности	ОПК-6.
2	Коммуникативный модуль	ОПК-6, УК-3.

3	Социально-гуманитарный модуль	УК-3.
4	Психолого-педагогический модуль	ОПК-6.
5	Предметно-методический модуль	ОПК-6.

8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

Шкала, критерии оценивания и уровень сформированности компетенции			
2 (не зачтено) ниже порогового	3 (зачтено) пороговый	4 (зачтено) базовый	5 (зачтено) повышенный
ОПК-6 Способен формировать осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности, мотивационно-ценностные ориентации и установки на ведение здорового образа жизни			
ОПК-6.1 Проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.			
Не проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.	В целом успешно, но бессистемно проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.	В целом успешно, но с отдельными недочетами проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.	Проектирует ситуации и события, формирующие осознанное отношение занимающихся к физкультурно-спортивной деятельности.
ОПК-6.2 Планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.			
Не планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.	В целом успешно, но бессистемно планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.	В целом успешно, но с отдельными недочетами планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.	Планирует содержание и проводит лекции и беседы с занимающимися о пользе и значении здорового образа жизни с учетом возрастных и психофизических особенностей.
ОПК-6.3 Развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.			
Не развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.	В целом успешно, но бессистемно развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.	В целом успешно, но с отдельными недочетами развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.	Развивает у занимающихся познавательную активность, ценностные ориентации и мотивацию на ведение здорового образа жизни.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			

УК-3.1 Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.			
Не демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.	В целом успешно, но бессистемно демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.	В целом успешно, но с отдельными недочетами демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.	Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения.
УК-3.2 Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.			
Не демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.	В целом успешно, но бессистемно демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.	В целом успешно, но с отдельными недочетами демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.	Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия.
УК-3.3 Демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.			
Не демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.	В целом успешно, но бессистемно демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.	В целом успешно, но с отдельными недочетами демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.	Демонстрирует навыки работы с институтами и организациями в процессе осуществления социального взаимодействия.

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации		Шкала оценивания по БРС
	Экзамен (дифференцированный зачет)	Зачет	
Повышенный	5 (отлично)	зачтено	90 – 100%
Базовый	4 (хорошо)	зачтено	76 – 89%
Пороговый	3 (удовлетворительно)	зачтено	60 – 75%
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	незачтено	Ниже 60%

3. Вопросы промежуточной аттестации

Третий семестр (Зачет, ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3)

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 релейнгов 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 паблисити.
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.

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.

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 видеоизмененное 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. Правовые основы профессиональной деятельности в спорте [Электронный ресурс] : учебник / С.В. Алексеев. - Изд. 2-е, испр. и доп. - Москва : Спорт, 2017. - 668 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471212>
2. Алексеев, С.В. Спортивный менеджмент. Регулирование организации и проведения физкультурных и спортивных мероприятий [Электронный ресурс]: учебник / С. В. Алексеев. - М.: -2015. - 687 с. Режим доступа: <http://bibHodub.ru/mdex.php?page=book&id=446473>

Дополнительная литература

1. 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://bibliodub.m/mdex.php?page=book&id=442983>
2. Пропаганда и связи с общественностью в сфере физической культуры и спорта: методические рекомендации для подготовки к семинарским занятиям / сост. А.Д. Паутов, О.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> - Текст : электронный.
3. 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. : табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459433> - Текст : электронный.

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

<http://bmsi.ru>- Библиотека международной спортивной информации (БМСИ)

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 информационной системе 1С:Университет.

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

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Microsoft Office Professional Plus 2010
3. Kaspersky Business Space Security
4. SunRav BookOffice.WEB
5. 1С: Университет ПРОФ
6. ПО «Mirapolis Corporate University»
7. СДО MOODLE
8. BigBlueButton
9. Международная реферативная база данных WebofScience
(<https://darivate.com/products/web-of-science/>)

12.2 Перечень информационных справочных систем (обновление выполняется еженедельно)

1. Информационно-правовая система "ГАРАНТ" (<http://www.garant.ru>)

12.3 Перечень современных профессиональных баз данных

1. Электронная библиотека МГПИ (МегоПро)
2. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»
3. ЭБС издательство «Лань»
4. ЭБС «Юрайт»
5. Международная реферативная база данных Scopus (<http://www.scopus.com/>)
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях. Для проведения практических занятий, а также организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими

местами, обеспечивающими выход в Интернет.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в информационной системе 1С:Университет.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мультимедийный класс № 302.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

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

Учебно-наглядные пособия: